

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE
QUEJAS Y RECLAMOS EN LA EMPRESA
CINEPLANET-CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES:

Shirley Briggite Guerrero Rosillo

Fátima de Jesús Trujillo Perea

Chiclayo, 17 de Octubre 2014

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE
QUEJAS Y RECLAMOS EN LA EMPRESA
CINEPLANET-CHICLAYO**

POR:

Shirley Briggite Guerrero Rosillo

Fátima de Jesús Trujillo Perea

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Eduardo Martin Amoros Rodriguez
Presidente de Jurado

Mgtr. Diógenes Jesús Díaz Rios
Secretario de Jurado

Lic. Rafael Martel Acosta
Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2014

DEDICATORIA

A Dios, por ser quién nos dio la vida,
y por siempre derramar bendiciones
en nosotras, y a nuestros padres,
quienes nos brindan su apoyo
incondicional en todo momento.

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor Martel Acosta Rafael por habernos brindado su apoyo y por guiarnos en la realización de esta investigación.

Y a todas las personas que de una u otra manera nos apoyaron con el alcance de información para culminar con éxito nuestra investigación

RESUMEN

Hoy en día las organizaciones van perdiendo el enfoque que deben tener respecto a la calidad permanente en su producto, procesos, actividades y servicios a brindar; eso debido a que no tienen dentro de sus objetivos principales dirigir todos sus esfuerzos y actividades hacia sus clientes.

Las consecuencias de la falta de preocupación y descuido de las empresas se ven reflejadas en la pérdida de dinero, y de la fidelización de sus clientes, por eso es de vital importancia conocer de cerca las necesidades, percepciones e incomodidades de los clientes; y recibir con agrado las quejas y reclamos que manifiesten de nuestro producto o servicio.

Es por ello que este trabajo de investigación tiene como objetivo principal generar una propuesta de mejora en la gestión de quejas y reclamos para la empresa Cineplanet Chiclayo, con la finalidad de mejorar su gestión en cuanto al tratamiento de las quejas y reclamos, su servicio, y por ende lograr mejoras para sus clientes, esto con ayuda del ISO 10002, un ISO específico que se encarga del estudio de la Gestión de Quejas y reclamos.

Esta investigación es de tipo descriptiva, no experimental ya que se centrará en describir, comprender e interpretar el porqué de hechos no observables directamente como: opiniones, pensamientos que se obtendrá por parte de las personas involucradas y encargadas de llevar a cabo dicha gestión; así como de analizar cuál es el nivel o estado de diversas variables estudiadas.

Se contó con 3 tipos de muestras: la primera está conformada por 385 clientes que hayan tenido por lo menos una manifestación de queja en la empresa, a la cual se le realizará un cuestionario; la segunda está conformada por 15 clientes escogidos del libro de reclamaciones de la empresa, a los que se les realizará entrevistas; y la tercera conformado por 15 colaboradores de la empresa entre el nivel estratégico y operativo, a los que también se les realizará entrevistas. Para el

correcto procesamiento y análisis de datos se contó con la ayuda de programas como el Microsoft Office (Excel) y de técnicas de análisis estadístico como SPP.

De esta manera se obtuvo como resultado que la empresa Cineplanet cuenta con un deficiente tratamiento de las quejas y reclamos, encontrando así que sus clientes se encuentran insatisfechos en cuanto a la gestión que llevan a cabo de sus quejas y reclamos, y frente a la falta de compromiso que presentan la empresa Cineplanet Chiclayo para darle “solución” a estas.

Palabras clave: Reclamo, Queja, Empresa de Servicio, Cliente, Colaboradores, Gestión, Competitividad, Oportunidad, Insatisfacción, ISO 10002.

ABSTRACT

Nowadays, there are many enterprises that have lost their perspective they should have related to the ongoing quality in their products, processes, activities and services they give; and this is happening because they do not have as main goals a work focused in giving their best efforts and activities towards their customers.

The lack of worry and carelessness of the enterprises have as results loss of money, as well as having their customers' preferences and faithfulness for their service; that's why it is very important to know customers' needs, perceptions and lack of comfort; and the advantages of receiving and accepting the complaints and demands about a product or a service as if having an efficient and correct management of them.

It is for that reason that this research has as a main goal to submit a proposal in the complaints and demands management for Cineplanet Company – Chiclayo, getting as purpose to improve its management related to the complaints and demands treatment, the service and finally make the customers feel comfortable with it, this research is based on ISO 10002, which is in charge of the study of Complaints and Demands Management.

This is a descriptive, non-experimental research because it will be based on describing, understanding and interpreting the non-visible facts consequences such as: opinions, thoughts which will be got by people who are part of it and are responsible to accomplish that management; as well as analyzing the level or condition of those several studied variables.

In this research, there are 3 types of samples: the first is formed by 385 customers who at least have complained once in the company, then a questionnaire will be applied; the second one is formed by 15 chosen customers in the complaining book, they will be part of an evaluation; the third one, it is formed by 15 coworkers of the enterprise between the cooperative and strategic level, they will take an interview too. For the right procedure and analysis of the data, it was helpful to use some programs for example Microsoft Office (Excel) and a statistic-analysis-technique like SPP.

Finally, the conclusion is that, Cineplanet Company has a low treatment complaints, getting as result unsatisfied customers with the service given when they want to give or express their complaints and demands, and give the importance to the lack of “engagement” that Cineplanet Company – Chiclayo has and solve them as soon as possible.

Key Words: Complaint, Demands, Service Company, Customers, Coworkers, Management, Competitiveness, Opportunities, Dissatisfaction, ISO 10002.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| DEDICATORIA | 3 |
| AGRADECIMIENTO | 4 |
| RESUMEN | 5 |
| ABSTRACT | 7 |
| I. INTRODUCCIÓN | 14 |
| II. MARCO TEÓRICO | 15 |
| 2.1 Situación problemática | 15 |
| 2.2 Formulación del problema | 15 |
| 2.3 Justificación e importancia del problema | 15 |
| 2.4 Antecedentes | 16 |
| 2.5 Bases teóricas | 23 |
| 2.5.1. Modelo ISO 10002 | 23 |
| 2.5.2. Definición | 23 |
| 2.5.3. Sección 4: Principios de Orientación | 24 |
| 2.5.4. Sección 5: Marco de referencia para el tratamiento de quejas | 25 |
| 2.5.5. Sección 6: Planificación y Diseño | 27 |
| 2.5.6. Sección 7: Operación del proceso de tratamiento de quejas | 28 |
| 2.5.7. Sección 8: Mantenimiento y mejora | 29 |
| 2.6 Definición de términos básicos | 31 |
| 2.7 Hipótesis y Variables | 32 |
| 2.7.1. Formulación de hipótesis | 32 |
| 2.7.2. Variables - Operacionalización | 33 |
| 2.8 Objetivos | 34 |
| 2.8.1. Objetivo general: | 34 |
| 2.8.2. Objetivos específicos: | 34 |
| III. METODOLOGÍA | 35 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 35 |
| 3.1.1. Tipo de investigación | 35 |
| 3.1.2. Diseño de investigación | 35 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 3.2. | Población, muestra y muestreo | 35 |
| 3.2.1. | Población | 35 |
| 3.2.2. | Muestra | 36 |
| 3.2.3. | Muestreo | 36 |
| 3.3. | Métodos, Técnica, e instrumentos de recolección de datos | 38 |
| 3.3.1. | Métodos y técnica de recolección de datos | 38 |
| 3.3.2. | Instrumentos de recolección de datos | 38 |
| 3.3.3. | Procesamiento y análisis de datos | 39 |
| IV. | RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 39 |
| | RESULTADOS | 39 |
| 4.1. | Encuesta : Clientes que se han quejado | 39 |
| 4.2. | Entrevista: Clientes que han reclamado | 51 |
| 4.3. | Entrevista: Colaboradores | 67 |
| | DISCUSIÓN | 76 |
| 4.4. | Objetivo 1: Principios de orientación | 76 |
| 4.5. | Objetivo 2: Marco de referencia para el tratamiento de las quejas. | 80 |
| 4.6. | Objetivo 3: Planificación y diseño | 84 |
| 4.7. | Objetivo 4: Operación del proceso de tratamiento de las quejas | 85 |
| 4.8. | Objetivo 5: Mantenimiento y mejora | 94 |
| V. | PROPUESTA DE MEJORA | 101 |
| VI. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 135 |
| | RECOMENDACIONES | 140 |
| VII. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 142 |
| VIII. | ANEXOS | 145 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. Número de artículos que hablan sobre las quejas de los clientes, 1981 - 1995 _____ | 17 |
| Gráfico 2. Visibilidad y Disponibilidad de Información de quejas en Cineplanet _ | 40 |
| Gráfico 3. Esfuerzo Necesarios por parte de la Empresa Cineplanet para atender a una queja _____ | 40 |
| Gráfico 4. Atención del Personal adecuado según percepción de su capacitación _ | 41 |
| Gráfico 5. Seguimiento adecuado de la queja en Cineplanet _____ | 42 |
| Gráfico 6. Respuesta inmediata de la empresa según grado de complejidad de la queja _____ | 42 |
| Gráfico 7. Comunicación de la decisión tomada por la empresa _____ | 43 |
| Gráfico 8. Nivel de satisfacción según aceptación de la decisión dada por la empresa _____ | 44 |
| Gráfico 9. Nivel de satisfacción según motivo de queja - productos de dulcería _ | 45 |
| Gráfico 10. Nivel de satisfacción según motivo de queja – salas inadecuadas ____ | 46 |
| Gráfico 11. Nivel de satisfacción según motivo de queja – actitud de empleados _ | 47 |
| Gráfico 12. Nivel de satisfacción según motivo de queja – Films/ Películas falladas _____ | 48 |
| Gráfico 13. Nivel de satisfacción según motivo de queja – mala información ____ | 48 |
| Gráfico 14. Nivel de satisfacción según motivo de queja - otros _____ | 49 |
| Gráfico 15. Motivo de la queja _____ | 50 |
| Gráfico 16. Motivo para no llevar a cabo su queja en el Libro de Reclamaciones | 50 |
| Gráfico 17. Ficha de reclamo de la empresa Cineplanet _____ | 86 |
| Gráfico 18. Proceso de tratamiento de quejas y reclamos de Cineplanet - Chiclayo | 93 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Efectividad de respuesta ante la empresa Cineplanet - Chiclayo _____ | 78 |
| Tabla 2. Compromiso de la empresa Cineplanet - Chiclayo _____ | 81 |
| Tabla 3. Autoridades, Responsables y funciones _____ | 83 |
| Tabla 4. Aceptación de la decisión y el nivel de satisfacción de los clientes _____ | 95 |
| Tabla 5. Nivel de aceptación motivos de quejas _____ | 96 |
| Tabla 6. Sugerencia de mejoras por Colaboradores y Clientes de Cineplanet-Chiclayo. _____ | 99 |
| Tabla 7. Clasificación de los Motivos más frecuentes de las quejas y reclamos. _ | 126 |
| Tabla 8. Acciones correctivas para casa motivo de queja o reclamo reincidente. _ | 134 |
| Tabla 9 Motivo de Queja-Cineplanet Chiclayo _____ | 154 |
| Tabla 10 Otros Motivos de Quejas - Cineplanet Chiclayo _____ | 154 |
| Tabla 11 Motivo para no llevar a cabo su queja en el libro de reclamaciones. ____ | 154 |
| Tabla 12 Visibilidad y disponibilidad de información _____ | 155 |
| Tabla 13 Esfuerzos necesarios por parte de la empresa para solucionar una queja | 155 |
| Tabla 14 Atención del personal adecuado según percepción de su capacitación__ | 155 |
| Tabla 15 Seguimiento adecuado de la queja _____ | 156 |
| Tabla 16 Respuesta inmediata de la empresa según grado de complejidad de la queja _____ | 156 |
| Tabla 17 Comunicación de la decisión tomada ante la queja_____ | 156 |
| Tabla 18 Nivel de satisfacción según aceptación de la decisión de la queja ____ | 157 |
| Tabla 19 Nivel de satisfacción según motivo de queja-productos de dulcería____ | 157 |
| Tabla 20 Nivel de satisfacción según motivo de queja-salas inadecuadas _____ | 157 |
| Tabla 21 Nivel de satisfacción según motivo de queja-actitud de empleados ____ | 158 |
| Tabla 22 Nivel de satisfacción según motivo de queja-films/películas falladas _ | 158 |
| Tabla 23 Nivel de satisfacción según motivo de queja-mala información _____ | 158 |
| Tabla 24 Nivel de satisfacción según motivo de queja-otros _____ | 159 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1. “Pasos para atender una queja” | 106 |
| Figura 2. “Pasos para atender un reclamo” | 106 |
| Figura 3. “Cómo debe realizar un reclamo el cliente de Cineplanet” | 121 |

I. INTRODUCCIÓN

Siendo la gestión de quejas y reclamos uno de los temas que más preocupa a las empresas que buscan la excelencia en el servicio, es cierto que, dependiendo de cómo se gestionen las quejas o reclamos de un cliente, se decidirá su destino: perderlo definitivamente, recuperar su confianza, y/o hasta fidelizarlo.

Muchas de las organizaciones suelen olvidar éste enfoque y por tanto terminan pagando un precio muy alto, por ello es importante tener en cuenta y saber manejar las opiniones y percepciones que los clientes transmitan de nuestro servicio, con el único objetivo de que ésta retroalimentación les permita servir cada día mejor. Esta situación no le es ajena a la empresa Cineplanet, dedicada a la operación de complejos cinematográficos y exhibición de películas y convirtiéndose la única en nuestra ciudad de Chiclayo.

Es por ello, que este trabajo de investigación está enfocado en el estudio de la gestión de quejas y reclamos, aplicado a la empresa de Cineplanet-Chiclayo con el fin de generar un nuevo conocimiento a partir de una propuesta de mejora, con la ayuda de normativas necesarias y estandarizadas como lo es el ISO 10002 (Organización Nacional de Normalización) que permite asegurar a las empresas la calidad de su gestión de quejas y reclamos. Esto nos permitió demostrar que la Gestión de Quejas y Reclamos en la Empresa CINEPLANET-CHICLAYO es deficiente.

Se empezó con el planteamiento de la situación problemática puntualizado en objetivos necesarios para encaminar la exploración; el marco teórico está basado en gestiones de quejas y reclamos óptimos, los diseños metodológicos dan crédito a las herramientas: Entrevista y Cuestionario, que se utilizó para el levantamiento de información. Luego se presentó el análisis y la discusión de datos para poder determinar los puntos deficientes del trabajo. Finalmente, se terminó en una propuesta que abarca todo el proceso de gestión de las quejas y reclamos de dicha empresa.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Situación problemática

Las empresas de servicios para ser cada vez más competitivas deben estar enfocadas de forma permanente en la calidad, partiendo desde un elemento fundamental como la orientación hacia el cliente, ya que una inconformidad o insatisfacción por parte de éste ya sea con el producto o el servicio que le brinden podría hacer perder a la organización grandes oportunidades ya sea en prestigio como en ingresos.

Muchas de las organizaciones suelen olvidar éste enfoque y, por tanto, terminan pagando un precio muy alto, por ello es importante tener en cuenta y saber manejar las opiniones, percepciones que los clientes transmiten a nuestro servicio, con el único objetivo de que ésta retroalimentación les permita servir cada día mejor a sus clientes.

Este trabajo de investigación está enfocado en describir, analizar y explicar la gestión de quejas y reclamos en la empresa Cineplanet-Chiclayo, con la ayuda de los estándares del modelo ISO 10002 que permite asegurar a las empresas la calidad de su gestión de quejas y reclamos; y a partir de ello se podrá plantear una propuesta de mejora para dicha gestión, buscando obtener mejoras en su gestión, en su servicio y, por ende, reducir la insatisfacción en sus clientes.

2.2 Formulación del problema

¿Qué mejoras se podrían implantar a la actual gestión de quejas y reclamos de la empresa CINEPLANET- CHICLAYO de acuerdo a los lineamientos del ISO 10002?

2.3 Justificación e importancia del problema

- **En lo científico:** La investigación serviría como un instrumento importante para antecedentes de posteriores investigaciones con la misma o similar temática,

siendo de fácil accesibilidad y favoreciendo de esta forma a futuros estudiantes y profesionales.

- **En lo Empresarial:** El estudio está dirigido específicamente a la dirección estratégica de CINEPLANET-CHICLAYO, y a mejorar su gestión de quejas y reclamos, por ende, mejorar los servicios que presta. Puesto que, un cliente satisfecho no es un problema para la empresa, pero un cliente insatisfecho y no conforme con el servicio dado, trae consigo su pérdida en la mayoría de los casos, la transmisión de su situación a muchos otros clientes asiduos o potenciales, lo que trae consigo disminución de popularidad y en los niveles de ventas. Dicha situación, no la afecta aun por ser la única empresa de este rublo en la ciudad de Chiclayo, pero, cuando se introduzcan nuevos cines en esta ciudad puede perder competitividad por no tener una gestión adecuada ante las quejas y reclamos de los clientes.
- **En lo social:** El estudio termina beneficiando a los clientes del CINEPLANET quienes recibirán exactamente lo que quieren, o finalmente se les atiende correctamente.
- **En lo personal:** Como estudiantes universitarios, la realización de este tipo de investigación nos ayudara a enriquecer nuestros conocimientos sobre el tema puesto en cuestión y de la misma forma nos desarrollaremos un poco más profesionalmente.

2.4 Antecedentes

- Antes de los años ochenta, el 95% de empresas manejaban el significado de quejas y reclamos como sinónimo de fastidio, malestar e incomodidad (Barlow, J. & Moller, C. 2005).
- En los años ochenta, el concepto de tratamiento de quejas y reclamos se relaciona con el comportamiento del consumidor, así lo mencionan diferentes

autores: (Day, R. 1981) plantea que el comportamiento de quejas o acción de quejas incluye un conjunto de reacciones del consumidor ante una experiencia insatisfactoria; mientras que (Krapfel, R. 1985) señala que es el plan de acción de un consumidor en respuesta a una experiencia insatisfactoria. Por otro lado (Singh, J. y Howell, R. 1985) afirman que es un conjunto de respuestas comportamentales y no comportamentales que implican una comunicación negativa que es consecuencia de la insatisfacción percibida con un episodio de compra. El comportamiento de quejas es un conjunto de comunicaciones iniciadas por el consumidor hacia el fabricante, los intermediarios o instituciones públicas para solucionar los problemas derivados de la compra o uso de un producto en una determinada transacción (Westbrook, R. 1987). El comportamiento de quejas es un conjunto de respuestas múltiples (comportamentales y no comportamentales) que pueden haber sido producidas por la insatisfacción percibida con un episodio de compra. (Singh, J. 1988).

- En 1995, la revista “Dialog” inicio una investigación de los artículos escritos en periódicos y revistas que hablan sobre las quejas de los clientes desde 1981 hasta 1995, y se descubrió un incremento sustancial en la cantidad de tales artículos, lo cual refleja una explosión de interés en el tema.

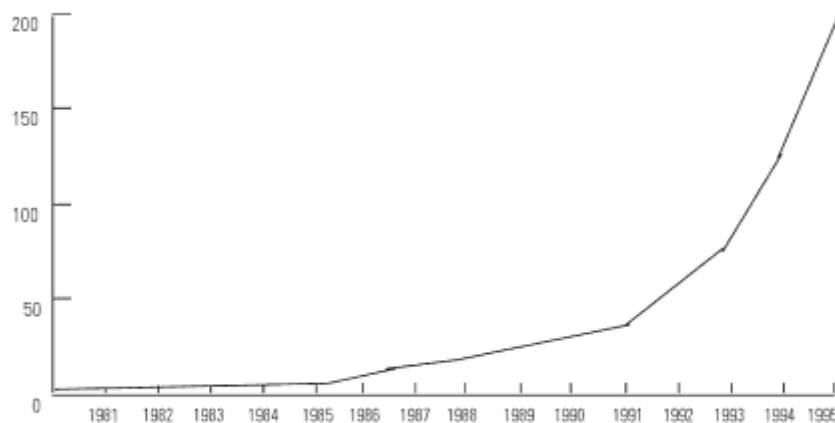


Gráfico 1. Número de artículos que hablan sobre las quejas de los clientes, 1981 - 1995

- Por su parte, (Juran, J.M, 1993) destaca algunos elementos que influyen en la aparición o no de las quejas como el clima económico, característica de los clientes, importancia del producto, momento en que se presenta el fallo, precios elevados.
- En el siglo XX se introduce un nuevo concepto de quejas como oportunidad de cambio progresivo para las empresas, (Horovitz, J. 2000) dice que entre “las mejores oportunidades de inversión que la empresa tiene a su disposición para mejorar el servicio a sus clientes, se encuentra las que se realizan en sistemas y procedimientos para gestionar las quejas”.
- Según Martinez Tur, V., & Peiró Silla, J. (2001) especifica que en un sistema eficiente de quejas y reclamos hay que tener en claro las diferencias entre una queja y reclamo:
 - Define a una queja como el “tipo de comunicación más crítica por la interacción que se produce entre proveedor y cliente y por su influencia sobre la satisfacción experimentada y la rentabilidad de las organizaciones”. Sin embargo esta comunicación suele hacerse de forma informal y por ser una fuente importante de información para la empresa debemos considerarlas como tal. Por tanto las quejas son aquella información gratuita que aportan los clientes y que puede ayudar a la empresa a mejorar la calidad de servicio.
 - Por otro lado, el reclamo es “aquella insatisfacción del cliente puesta en conocimiento de la empresa de modo formal, directa o indirectamente (a través de agencias gubernamentales o privadas), permitiendo recoger información valiosa, y así poder tener un registro de las opiniones y percepciones de los clientes hacia nuestro servicio.
- En la “Pontificia Universidad Javeriana”, Bustamante Blanco y Rodríguez Burgos (2004), realizó la primera investigación en américa latina con la finalidad de establecer una propuesta de mejora para la disminución de las reclamaciones en el “Banco Davivienda-Bogotá” mediante una gestión de reclamos por procesos para crear un sistema más estandarizado y eficiente.

Haciendo hincapié, se pudo lograr mediante el establecimiento de diseñar un modelo de procedimientos que provengan de la ocurrencia de las causas primarias de dichas reclamaciones; a la vez se propuso un mecanismo de seguimiento y auditoría para el proceso de atención de reclamaciones, y un sistema de incentivos de mejora continua. Entre sus resultados lograron pronosticar que si es posible disminuir el número de reclamaciones causas hasta en un 71% al revisar los procedimientos y las causas asociadas a cada uno de los reclamos a través de la estandarización de procesos y erradicación de las causas.

- En el 2004, la norma ISO (Organización Internacional de Normalización) e IEC (Comisión Electrotécnica Internacional) crearon la Norma ISO 10002 para orientación para el diseño e implementación de un proceso de tratamiento de las quejas eficaz y eficiente para todo tipo de actividades comerciales o no comerciales, incluyendo a las relacionadas con el comercio electrónico. Está destinada a beneficiar a la organización y a sus clientes, reclamantes y otras partes interesadas.
- Climent, D. (2003) reafirma que una gestión exitosa de quejas y reclamos trae los siguientes beneficios como la eliminación de ineficiencias, mayores ventas, mejor servicio al cliente, competitividad, nueva cultura (actitud), baja rotación de personal, menor riesgo multas/juicios personal, mayor capacidad gestión, estar preparados para expansión, procesos estandarizados, en fin, “Excelencia en la atención a clientes”.
- Para Christopher H. en el trabajo de Vartulli (2007) gestionar las quejas y reclamos, en una organización es llevar a cabo todo un conjunto de esfuerzos, actividades, procedimientos necesarios y adecuados para tratar y manejar eficaz y eficientemente estas quejas y reclamos existentes por parte de los clientes que sientan insatisfacción o molestia ante un determinado servicio o producto brindado.

- Rodríguez, M. (2008), realizó un estudio para la “Universidad Centro occidental Lisandro Alvarado”-Venezuela, con el propósito principal de diagnosticar la eficiencia en la atención de reclamos comerciales en el departamento de servicio al cliente de la empresa Hidrolara como indicador de gestión de calidad y herramienta para el mejoramiento continuo. Utilizando como técnica la recolección de datos, conducta observada y la entrevista; una vez recopilada la información se procedió a realizar un comparativo de los indicadores de eficiencia y un análisis de las entrevistas a través de una matriz de opinión. Teniendo como resultados una nueva propuesta que ayuda a concluir su eficiencia en la atención de reclamos comerciales en un 75% niveles de efectividad, convirtiéndose en una herramienta para aplicar correctivos y planes de acción.

- Entre el 2008 y el 2010 se desataron una serie de estadísticas concluyentes sobre la gestión de quejas y reclamos que las empresas deben tener en cuenta:
 - El precio no es la principal razón para la pérdida de clientes, en realidad es debido a la mala calidad de servicio al cliente (Accenture Global Report, 2009, “Informe satisfacción del cliente”).
 - Un cliente tiene 4 veces más probabilidades de irse a un competidor si el problema está relacionado con el servicio, que si está relacionado con los precios (Empresa de consultoría Bain&Company, 2008).
 - Por cada queja del cliente hay otros 26 clientes descontentos que han permanecido en silencio (Lee Resource International, 2009).
 - Un aumento de 2% en la retención de clientes tiene el mismo efecto que la disminución de los costos en un 10% (LeadingontheEdge of Chaos, Emmett Murphy & Mark Murphy, 2009).
 - Un 96% de los clientes insatisfechos no se quejan, sin embargo el 91% de estos simplemente decide irse y no volver nunca más, (Financial Training services, 2009).
 - Un cliente insatisfecho le contará a entre 9-15 personas sobre su experiencia. Alrededor del 13% de los clientes insatisfechos lo comentan a más de 20 personas. (White House Office of ConsumerAffairs, 2010).

- Los clientes felices que consiguen resolver su problema, le cuentan su experiencia a unas 4-6 personas acerca de su experiencia. (White House Office of Consumer Affairs, 2010).
- Bahaia, E y Burgos, I. (2010) manifiesta que es sumamente importante que las empresas cuenten con un sistema de manejo de reclamos para poder atender adecuada y oportunamente esto, logrando así una mayor satisfacción del cliente lo que le beneficia a la empresa con su fidelización y el haber podido llenar las expectativas del mismo con su producto o servicio. Así La gestión de los reclamos puede convertirse en un proceso que no sólo se limite a resolver el problema planteado por el cliente, sino que incrementa el grado de satisfacción del cliente al ver que la empresa tiene una actitud positiva y proactiva en situaciones de conflicto.
- También la “Universidad José Matías Delgado”-El Salvador, BahaiaSimán y Burgos Benítez (2010), formalizó una monografía especializada cuya finalidad consiste en desarrollar un sistema de gestión de reclamos conforme al ISO 10002 aplicado a una empresa textil (Textufil S.A.). Entre los resultados de esta investigación es la elaboración de una propuesta viable para la empresa tomando como guía la ISO 100002, el cual se ha demostrado que ayudara a que la empresa mejore y fortalezca algunos criterios importantes como la lealtad del cliente, reputación de imagen, operación deficiente, mejorar la comunicación interna y las relaciones, y una mejora continua. La creación del sistema, se ha perfeccionado con distintos flujo gramas y formatos de registro de quejas, el cual permitirá llevar una mejor estadística de los reclamos para que tomen decisiones importantes en cuanto al proceso productivo.
- ESAMA (2011) menciona que cuando se le da una respuesta equivocada al cliente ante una queja o reclamo, surge como estocada final para que le quede claro que si estaba pensando en cambiarse de empresa y no volver nunca más, hacía muy bien. Por eso, se pueden clasificar a las empresas en dos tipos, en función de cómo toman y tratan su sistema de quejas y reclamos:

- Aquellas organizaciones para cuales las quejas y reclamos son una maldición: El cliente quejoso (los que suelen quejarse son, generalmente, siempre los mismos) es el molesto, que hay que sacarse de encima lo más rápido posible. En este tipo de empresas, cuando el personal de contacto lo ve acercarse, intenta escapar antes de que llegue, toma rápidamente el teléfono y habla mirando la pared, o se zambulle en el monitor de la computadora. Todo con el fin de ver si se dirige hacia otra persona para ser atendido.
 - Aquellas organizaciones para las cuales las quejas y reclamos son una bendición: En este caso, el personal tiene claro que quien viene a quejarse es un cliente, que, como vitalicio, está gravemente herido. Por lo tanto, su recuperación requiere otro cuidado, porque un buen tratamiento solo ya no alcanza. Para estas últimas empresas, la queja es una bendición porque ven en ella dos ventajas. La primera es que ayuda a mejorar: el cliente está diciendo lo que no le gusta o le molesta de la empresa, y le da la oportunidad de solucionarlo para que no suceda lo mismo con otros clientes. Sin embargo, en lugar de escucharlo y analizar sus sugerencias, la mayoría de las empresas hacen oídos sordos a sus reclamos y siguen tropezando con la misma piedra.
- De otro modo, en la “Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas”, Maraví Pérez y Valle Valdivia (2011), cometieron un estudio con el objetivo asegurar un proceso eficiente de gestión de quejas y reclamos de una empresa administradora de tarjetas de crédito aplicando técnicas y metodologías para el modelado del proceso, la gestión del proyecto y el aseguramiento de la calidad del producto resultante. Asimismo, sus resultados ratificaron el desarrollo de un sistema integrado exitoso de gestión de quejas y reclamos que mejore tiempos de respuestas, optimización del uso de los recursos y al acceso eficiente de la información.
 - ESAMA (2011) menciona que para resolver los conflictos que un cliente plantea, es vital la forma como se trata a ese cliente. Eso puede fortalecer la relación con el cliente, o darle el impulso final para que decida cambiar de empresa. Lo importante es evitar la confrontación (ya que no importa quién tiene

razón), escucharlo y buscar una solución satisfactoria, tanto para él como para la empresa. Así, se logrará retenerlo.

2.5 Bases teóricas

2.5.1. Modelo ISO 10002

Las normas ISO CSCS están redactados bajo los auspicios del Comité Técnico de Gestión de la Calidad (ISO/TC176), más concretamente, el Subcomité de tecnologías de apoyo (SC3). Dentro de estas se encuentran el ISO 10001, 2,3. Esta serie ofrece una visión conceptual de cómo se gestionan las quejas.

Dee, B., Karapetrovic, S. y Webb, K. (2004), afirman, que estas normas "son un intento de destilar las mejores prácticas internacionales, códigos de conducta, manejo de quejas y resolución de conflictos externa" (La Revista Internacional de Gestión de la Calidad y Confiabilidad, 2006). Uno de los ISO, más resaltantes y al que se abocará es el ISO 10002, publicado en julio de 2004, el cual establece directrices para la gestión de quejas en las organizaciones.

2.5.2. Definición

Según La Revista Internacional de Gestión de la Calidad y Confiabilidad, (2006), el ISO 10002, proporciona directrices a las organizaciones para manejar quejas, un sistema que puede cumplir dos objetivos dentro de una organización: resolución satisfactoria de las denuncias individuales puede restaurar la satisfacción del cliente, mientras que la retroalimentación de las quejas pueden ser utilizados para mejorar la CHS (Capital Humano y social) y también el producto y / o servicio en sí.

Este modelo ISO 10002, (2004). Está compuesto por 5 secciones, siendo estos los Principios rectores, el marco, la planificación, el diseño, y el mantenimiento y mejora, respectivamente, éstas directrices en su conjunto facilitan la mejora de la CHS (Capital humano y social), la organización, y sobre permiten lograr una orientación continua hacia el cliente.

2.5.3. Sección 4: Principios de Orientación

Esta sección define 9 principios que permite ayudar a las organizaciones a proporcionar garantías de que han establecido una adecuada elección del CHS, (Capital humano y social); es decir, involucra desde donde y como el cliente debe quejarse. Así, según el ISO 10002 (2004). Define las 9 directrices y principios fundamentales de la orientación de una buena gestión y/o tratamiento de quejas:

- **Visibilidad**

Es conveniente que la información acerca de cómo y dónde reclamar sea conocida por los clientes, el personal y otras partes interesadas.

- **Accesibilidad**

El proceso de tratamiento de las quejas debería ser fácilmente accesible para todos los reclamantes. Debería estar disponible la información sobre los detalles de realización y resolución de las queja, es decir deberían ser fáciles de comprender y utilizar. La información debería estar en un lenguaje sencillo.

- **Respuesta Diligente**

La recepción de cada queja debería ser reconocida al reclamante inmediatamente. Las quejas deberían ser tratadas con prontitud de acuerdo con su urgencia. Conviene tratar cortésmente a los reclamantes y mantenerlos informados del progreso de su queja a través del proceso de tratamiento de quejas.

- **Objetividad**

Es conveniente que cada queja sea tratada de manera equitativa, objetiva e imparcial a través del proceso de tratamiento de las quejas.

- **Costos**

El acceso al proceso de tratamiento de las quejas no debería tener costo para el reclamante (cero costos).

- **Confidencialidad**

Únicamente conviene poner a disposición la información de carácter personal del reclamante cuando ésta sea necesaria para el tratamiento de la queja dentro de la organización, y no divulgarla sin el consentimiento expreso del cliente o reclamante.

- **Enfoque al cliente**

La organización debería adoptar un enfoque al cliente, ser receptiva a la retroalimentación, incluyendo las quejas, y demostrar, por sus acciones, el compromiso para la resolución de las mismas.

- **Responsabilidad**

Es conveniente que la organización establezca claramente quién es responsable de responder sobre las acciones y decisiones de la organización en relación con el tratamiento de las quejas, y quién debe informar sobre ellas.

- **Mejora continua**

La mejora continua del proceso de tratamiento de las quejas y de la calidad de los productos debería ser un objetivo permanente de la organización.

2.5.4. Sección 5: Marco de referencia para el tratamiento de quejas

Sección Quinta de la Norma detalla el compromiso de la organización para el manejo de quejas, su política asociada, responsabilidades y autoridades. Sin este marco, la organización no conoce su meta para el tratamiento de las quejas y los empleados no saben lo que se espera o lo que se puede obtener a partir de las denuncias efectivas de manejo. (La Revista Internacional de Gestión de la Calidad y Confiabilidad, 2006).

- **Compromiso**

Se requiere el total compromiso de la organización en el proceso del tratamiento de las quejas, importante que sea demostrado y se promueva desde la alta

dirección hasta el nivel más bajo, este compromiso se debería reflejar en la definición, adopción y divulgación de la política y los procedimientos para la resolución de las quejas. El compromiso de la dirección debería demostrarse con la adecuada provisión de los recursos, incluida la formación del personal.

- **Política**

Es conveniente que la alta dirección establezca de manera explícita el enfoque al cliente en la política de tratamiento de las quejas. La política debería estar disponible y ser conocida por todo el personal, para los clientes y otras partes interesadas.

Cuando se establecen la política y los objetivos para el proceso de tratamiento de las quejas, deberían tenerse en cuenta los siguientes factores:

- cualquier requisito legal y reglamentario pertinente;
- los requisitos financieros, operativos y de la organización;
- las opiniones de los clientes, el personal y otras partes interesadas.

- **Responsabilidad y autoridad**

La alta dirección es responsable de lo siguiente:

- a) Asegurarse de que se han establecido el proceso de tratamiento de las quejas y los objetivos en la organización;
- b) Asegurarse de que el proceso de tratamiento de las quejas se ha planificado, diseñado, implementado, mantenido y mejorado de forma continua de acuerdo con la política de tratamiento de las quejas de la organización;
- c) Identificar y asignar la gestión de los recursos necesarios para un proceso de tratamiento de las quejas eficaz y eficiente
- d) Asegurarse de que haya un proceso para la rápida y eficaz notificación a la alta dirección de cualquier queja significativa;

- e) Revisar periódicamente el proceso de tratamiento de las quejas para asegurarse de que se mantiene de forma eficaz y eficiente, y que mejora continuamente.

2.5.5. Sección 6: Planificación y Diseño

Sección sexta, de éste ISO 10002, (2004).Establece las directrices para la planificación y diseño del manejo de quejas, en la cual toda organización debería planificar y diseñar todo un conjunto de procesos, de manera eficaz y eficiente con la finalidad de buscar la satisfacción del cliente y fidelizar a éste, así mismo para mejora de manera continua los productos ofrecidos; así toda organización debería empezar por establecer objetivos y muy bien definidos, actividades a llevarse a cabo, y destinar los recursos necesarios.

- Objetivos

Según el ISO 10002, (2004) “La alta dirección debería asegurarse de que los objetivos del tratamiento de las quejas están establecidos para las funciones y niveles pertinentes dentro de la organización. Estos objetivos deberían ser medibles y coherentes con la política de tratamiento de quejas”.

- Actividades

El ISO 10002, (2004), manifiesta que la alta dirección debería asegurarse de que la planificación del proceso de tratamiento de las quejas se lleva a cabo para mantener e incrementar la satisfacción del cliente. El proceso de tratamiento de las quejas puede vincularse y alinearse con otros procesos del sistema de gestión de la calidad de la organización

- Recursos

Según lo establecido en el ISO 10002, (2004) la alta dirección debería evaluar la necesidad de recursos y proporcionarlos para asegurar la operación eficaz y eficiente del proceso de tratamiento de las quejas, incluye recursos (personal, hardware y software informáticos y financieros).

La selección, apoyo y formación del personal involucrado en el proceso de tratamiento de las quejas son factores particularmente importantes.

2.5.6. Sección 7: Operación del proceso de tratamiento de quejas

Esta sección establece la operación del proceso de tratamiento de las quejas, siendo la base y el núcleo de éste ISO por lo cual debería ser debidamente desarrollado por la organización ya que proporciona y asegura que la operatividad del proceso de manejo de quejas se realice de manera efectiva, desde una buena información que se le proporciona al cliente dónde y cómo reclamar, recepción de la quejas, seguimiento, notificación de la queja, evaluación de ésta, investigar motivo, circunstancias de la queja; dar respuesta inmediata a la queja, comunicar las acciones tomadas con respecto a la queja, y por último el cierre de la queja.

- Comunicación

Toda información relativa al proceso de tratamiento de las quejas, ya sean folletos, circulares, informativos, o información en soporte técnico, deberían estar a la disponibilidad de los clientes, reclamantes y partes interesadas, asimismo esta información debería manifestarse en un lenguaje claro, sencillo y en formatos accesibles a todos.

- Recepción de queja

Según lo establecido en el ISO 10002, (2004) una vez comunicada la queja inicial, esta debería inmediatamente ser registrada con la información de apoyo y con un código único de identificación, este registro debería identificar la solución buscada por el reclamante y cualquier otra información necesaria para el eficaz tratamiento de la queja.

- Seguimiento de la queja

La queja debería seguirse a lo largo de todo el proceso, desde la recepción inicial hasta que el reclamante quede satisfecho o la decisión final haya sido tomada.

- Acuse de recibo de la queja

La recepción de cada queja debería ser notificada inmediatamente al reclamante (por ejemplo telefónicamente o por correo postal o electrónico).

- **Evaluación inicial de la queja**

Después de recibida, cada queja debería evaluarse inicialmente en términos de criterios tales como su severidad, implicaciones de seguridad, complejidad, impacto y de la necesidad y posibilidad de una acción inmediata.

- **Investigación de las quejas**

Deberían hacerse todos los esfuerzos para investigar todas las circunstancias e información pertinente acerca de una queja. El nivel de investigación debería ser proporcionado con la seriedad, frecuencia de ocurrencia y severidad de la queja.

- **Respuesta de las quejas**

Siguiendo una apropiada investigación, la organización debería ofrecer una respuesta, por ejemplo corregir el problema y prevenir que ocurra en un futuro. Si la queja no puede resolverse inmediatamente, debería tratarse de manera que se alcance una solución eficaz tan pronto como sea posible.

- **Comunicación de la decisión**

La decisión o cualquier acción tomada con respecto a la queja, que sea pertinente para el reclamante o para el personal involucrado, debería comunicárseles tan pronto como se tome.

- **Cierre de la queja**

Según lo dispuesto en el ISO 10002, (2004). “Si el reclamante acepta la decisión o la acción propuesta, entonces ésta se debería realizar y registrar, pero si el reclamante rechaza la decisión o acción propuesta entonces la queja debería permanecer abierta”, por lo que esto tendría que ser registrado y el reclamante informado de las diferentes alternativas y soluciones disponibles.

El correcto seguimiento del proceso de queja debería ser llevado a cabo por la organización hasta que se hayan agotado todas las posibilidades razonables, o hasta que el cliente quede satisfecho.

2.5.7. Sección 8: Mantenimiento y mejora

La sección Octava, ISO 10002, (2004) se establece el mantenimiento y la mejora en cuanto al manejo de quejas, es decir define que las organizaciones deben de realizar todo un seguimiento a todo el proceso realizado para el manejo de quejas, las técnicas de evaluación y mejora dentro de ésta sección incluyen, recopilación de información del desempeño del proceso y tratamiento de quejas; su análisis y evaluación de las quejas, para su respectiva clasificación e identificación de los problemas y tendencias sistemáticas, recurrente y de incidencia puntual y para ayudar a eliminar las causas fundamentales de las quejas (clausula 8.2 de la norma ISO 10002: 2004); tomar acciones para conocer el nivel de satisfacción de lo reclamante con el proceso de tratamiento de las quejas; seguimiento del proceso, auditoria, revisión del proceso por parte de la parte directiva, en general actividades de mejora continua.

- **Recopilación de información**

Una organización debería registrar el desempeño de sus procesos de tratamiento de las quejas, establecer e implementar procedimientos para el registro de las quejas y de las respuestas, y para el uso y gestión de estos registros, protegiendo toda información personal y asegurando la confidencialidad de los reclamantes.

- **Análisis y evaluación de las quejas**

Todas las quejas deberían ser clasificadas y después analizadas para identificar problemas y tendencias sistemáticas, recurrentes y de incidencia puntual, y para ayudar a eliminar las causas fundamentales de las quejas.

- **Satisfacción con el proceso de tratamiento de las quejas**

Deberían tomarse acciones regularmente para determinar el nivel de satisfacción de los reclamantes con el proceso de tratamiento de las quejas. Éstas pueden tomar la forma de encuestas aleatorias a reclamantes u otras técnicas.

- **Seguimiento del proceso de tratamiento de las quejas**

Se debería realizar un seguimiento continuo del proceso de tratamiento de las quejas, de los recursos necesarios (incluyendo el personal) y de la información a ser recopilada.

- **Auditoría del proceso de tratamiento de las quejas**

La organización debería realizar o prever regularmente auditorías con la finalidad de evaluar el desempeño del tratamiento de las quejas. Esta auditoría debería proporcionar información valiosa como: conformidad del proceso y la idoneidad del proceso con el fin de alcanzar los objetivos del tratamiento de las quejas.

- **Revisión por la dirección del proceso de tratamiento de las Quejas**

1. La alta dirección de la organización debería revisar con regularidad el proceso de tratamiento de las quejas, con el fin de identificar y poder corregir deficiencias en el producto o en el proceso.
2. La información para la revisión por la dirección debería incluir desempeño del proceso (encuestas de satisfacción del cliente y resultados de seguimiento continuo del proceso), resultado de auditorías, y recomendaciones para la mejora.
3. Los resultados de la revisión por la dirección deberían incluir: decisiones y acciones relacionadas con la mejora de la eficacia y eficiencia del proceso de tratamiento de las quejas; propuestas para la mejora del producto; decisiones y acciones relacionadas con la identificación de necesidades de recursos.

- **Mejora continua**

La organización debería continuamente mejorar tanto la eficacia como eficiencia del proceso de tratamiento de quejas, esto le permitirá a la empresa poder mejorar continuamente la calidad ya sea de sus productos como de su servicio, todo ello puede ser alcanzado tomando las acciones correctivas y preventivas necesarias y pertinentes así como mejoras novedosas y creativas.

2.6 Definición de términos básicos

- **Servicio al cliente.**- Interacción entre la organización y el cliente a lo largo del ciclo de vida del producto.
- **Calidad.**- Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”.

- **Reclamante.-** Persona, organización o su representante, que expresa una queja.
- **Queja.-** Expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita.
- **Reclamo.-** Aquella insatisfacción de una persona puesta en conocimiento a una organización de modo formal.
- **Satisfacción al cliente.-** Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.
- **Retroalimentación.-** Opiniones, comentarios y muestras de interés acerca de los productos o el proceso de tratamiento de las quejas.
- **Parte interesada.-** Persona, o grupo que tiene interés acerca de los productos o el proceso de tratamiento de quejas.
- **Proceso.-** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

2.7 Hipótesis y Variables

2.7.1. Formulación de hipótesis

“La Gestión de Quejas y Reclamos en la Empresa CINEPLANET es deficiente, por no contar con un proceso adecuado y estandarizado que le permita reducir los índices de insatisfacción en sus clientes”

2.7.2. Variables - Operacionalización

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Sub-Indicadores |
|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|---|
| Gestión de quejas y reclamos. | 1. Principios de Orientación | Mejora continua | Percepciones del Trabajo. |
| | | Visibilidad y Accesibilidad | Información Disponible. |
| | | Efectividad de respuesta | Eficacia (Conoce y logra resolver la queja). |
| | | Objetividad | Eficiencia (Tiempo que demora en resolución de la queja). |
| | | Costos | Equidad en el tratamiento de todas las quejas. |
| | | Confidencialidad | Gastos monetarios del cliente del proceso (reclamos o quejas) |
| | | Enfoque al cliente | Reserva de Queja o Reclamo. |
| | 2. Marco de referencia | Empatía, asertividad y servicio. | Empatía, asertividad y servicio. |
| | | Compromiso | Adopción y divulgación de la política de gestión de Quejas. |
| | | Políticas | Manual de Procedimientos. |
| | | Responsables y autoridades | Identificación de un Responsable. |
| | 3. Planificación y Diseño | Manual de Funciones. | Manual de Funciones. |
| | | Planificación organizacional | Información formal de Cineplanet. |
| | | Objetivos | |
| | | Actividades | |
| | | Asignación de Recursos | |
| | 4. Operación del proceso | Comunicación | Apertura de Informaación al cliente. |
| | | Recepción de la queja | Registro de Quejas y Reclamos (Personas, Fechas, Motivo). |
| | | Seguimiento de la queja | |
| | | Acuse de recibo de la queja | Notificaciones (escrito, verbal o Online). |
| | | Evaluación inicial de la queja | Grado de complejidad (leve, mediano, grave). |
| | | Investigación de la queja | Empatía de la Empresa. |
| | | Respuesta de las quejas | Tiempo de Espera. |
| | | Comunicación de la decisión | Comunicación Descendente |
| | | Cierre de la queja | Aceptación del cliente. |
| | 5. Mantenimiento y mejora | Recopilación de la información | Registro de Quejas y Reclamos (Base de Datos) |
| | | Análisis y evaluación de las quejas | |
| | | Satisfacción con el proceso | Grado de Satisfacción. |
| | | Seguimiento del proceso | Nª de Runiones Formales (Autorías). |
| | | Auditoria del proceso | |
| | | Inspección del proceso | |
| | | Acciones correctivas al proceso | Casos de explitos de mejora. |

LEYENDA

Cliente Interno: Dimensión 4

Cliente Externo: Dimensiones 1.2.3,5

2.8 Objetivos

2.8.1. Objetivo general:

Desarrollar una propuesta de mejora de la gestión de quejas y reclamos en la empresa CINEPLANET- CHICLAYO en base a los lineamientos del ISO 10002.

2.8.2. Objetivos específicos:

- Describir los principios de orientación (mejora continua, visibilidad y accesibilidad, efectividad de respuesta, objetividad, costos, confiabilidad, enfoque al cliente) que maneja Cineplanet Chiclayo en su gestión de quejas y reclamos.
- Conocer el marco de referencia (Compromiso, políticas, responsables y autoridades) que rodea a su tratamiento de gestión de quejas y reclamos.
- Analizar la planificación y diseño de la gestión de quejas y reclamos de Cineplanet Chiclayo.
- Describir y analizar el proceso de gestión de quejas y reclamos de Cineplanet.
- Detallar y conocer las directrices de mantenimiento y mejora en la gestión de quejas y reclamos que utiliza Cineplanet Chiclayo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación a llevar a cabo será descriptiva debido a que se busca describir, comprender e interpretar el porqué de hechos no observables directamente como: opiniones, pensamientos que se obtendrá por parte de las personas involucradas y encargadas de realizar dicha gestión de quejas y reclamos, logrando diagnosticar y analizar la forma de su procedencia actual para poder proponer mejoras sustanciales en sus procedimientos.

3.1.2. Diseño de Investigación

Esta investigación responde a un diseño no experimental ya que se centrará en describir y analizar cuál es el nivel o estado de diversas variables que apuntan a la gestión de quejas y reclamos en el cliente interno y externo de CINEPLANET.

3.2. Población, muestra y muestreo

3.2.1. Población

- **Población 1**

La población 1 estará conformada por el total de clientes de la empresa Cineplanet-Chiclayo tanto clientes Premium como clientes ORO, hasta el año 2013. Siendo el total 128, 803 clientes tomados en cuenta para esta población.

- **Población 2**

La Población 2 estará conformada por todos los clientes registrados en el libro de reclamaciones de la empresa Cineplanet-Chiclayo durante un año, desde mayo del 2012 a mayo del 2013. Siendo el total 100 clientes tomados en cuenta para esta población.

- **Población 3**

La Población 3 estará conformada por todos los colaboradores que tiene Cineplanet-Chiclayo, siendo el total 60 colaboradores tomados en cuenta para esta población.

3.2.2. Muestra

- **Muestra 1**

Se tomará como muestra 1 a una parte de la población descrita, en este caso son los clientes que han manifestado por lo menos una queja a la empresa Cineplanet Chiclayo.

- **Muestra 2**

Se tomará como muestra 2 a una selección de clientes a criterio, el criterio a utilizar es a través de entrevistas, las cuales se aplicará a un 14% de la población.

- **Muestra 3**

Se tomará como muestra 3 a una selección de colaboradores a criterio, el criterio a utilizar es a través de entrevistas las cuales se harán a un 20% del total de la población.

3.2.3. Muestreo

- **Muestreo 1**

El muestreo 1 fue diseñado de forma Probabilística: aleatorio simple, tomando un tamaño de muestra con un margen de confiabilidad del 95%.

Es aleatoria simple porque no se contaba con la información relevante que permitía conocer de manera específica a los clientes que han realizado alguna vez una queja en la empresa Cineplanet Chiclayo.

Fórmula estadística a aplicar:

Dónde:

$$\eta = \frac{z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + z^2 pq}$$

N = Tamaño de la Población = 128,803 clientes

z = Grado de confiabilidad = 1.96 (nivel de confianza 95%)

e = Margen de error = 0.05 (5%)

p = Probabilidad que ocurra = 0.5

q = Probabilidad que no ocurra = 0.5

Reemplazando: $n = \frac{128,803}{2233.7079} = 383,02$ (redondeando: 385)

- **Muestreo 2**

El muestreo 2 se llevó a cabo de manera No Probabilística: por Conveniencia, es decir se tomó en cuenta nuestra opinión personal para identificar aquellos clientes que deben incluirse en la muestra.

Es un muestreo por conveniencia, porque se escogieron los clientes que se podían disponer con mayor comodidad y rapidez.

En este caso no se aplicó ninguna fórmula estadística. El cálculo realizado fue sacar el 15% de la población 2 en total:

100 (clientes registrados en el libro de reclamaciones) x 14 % = 14 clientes a entrevistar.

- **Muestreo 3**

El muestreo 3 se llevó a cabo de manera No Probabilística: por Conveniencia, es decir se tomó en cuenta nuestra opinión personal para identificar aquellos clientes que deben incluirse en la muestra.

Es un muestreo por conveniencia, porque se escogieron los colaboradores que se podían disponer con mayor comodidad y rapidez.

En este caso no se aplicó ninguna fórmula estadística. El cálculo realizado fue sacar el 25% de la población 3 en total:

60 (total de colaboradores de Cineplanet-Chiclayo) x 20 % = 12 colaboradores a entrevistar.

3.3. Métodos, Técnica, e instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Métodos y Técnica de recolección de datos

Para recopilar la información del trabajo de Tesis se aplicó como técnicas de obtención de información primaria: La encuesta y la Entrevista.

El tipo de encuesta que se llevó a cabo fue una encuesta de opinión ya que se tuvo por objetivo averiguar lo que el público en general piensa acerca de la gestión de las quejas y reclamos que lleva a cabo la empresa Cineplanet-Chiclayo.

La Entrevista a llevada a cabo fue de tipo semiestructurada, ya que se utilizó una guía para las preguntas, y las respuestas que se obtuvieron de los clientes fueron totalmente libres.

3.3.2. Instrumentos de Recolección de datos

Los instrumentos de recolección de datos a utilizar fueron:

a. Encuesta:

El cuestionario ha sido diseñado en base a los principios del ISO 10002, y consta de 15 preguntas de tipo abierta y cerradas.

La encuesta se aplicó exclusivamente para la Muestra 1, es decir para los clientes que han manifestado alguna vez una queja a la empresa Cineplanet.

b. Cuestionario:

El cuestionario se diseñó en base a los principios del ISO 10002, Se realizó 3 tipos de cuestionarios: para los clientes, los colaboradores del nivel estratégico y los colaboradores del nivel operativo. Los cuestionarios fueron recolectados a través de grabaciones de voz a los entrevistados.

- **Cuestionario Clientes:** Fue aplicado para la Muestra 2, es decir los clientes Registrados en el Libro de reclamaciones durante el año 2013, y constó de 13 preguntas.
- **Cuestionario a los Colaboradores:** Se aplicará para la Muestra 3, es decir para los colaboradores de la empresa, y serán 2 cuestionarios distintos uno para los colaboradores del Nivel Estratégicos y para los colaboradores del nivel Operativo, lo cuales constó de 12 y 14 preguntas respectivamente.

3.3.3. Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de la información se llevó a cabo a través del programa Microsoft Excel y apoyado de técnicas de análisis estadístico como el programa SPS con la finalidad de que la información recopilada nos proporcione datos precisos y permita realizar el procesamiento de datos, tabulaciones, gráficas y el análisis respectivo para la visualización y comprensión de resultados satisfactorios.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS

4.1. Encuesta : Clientes que se han quejado

OBJETIVO N° 1: Principios d Orientación:

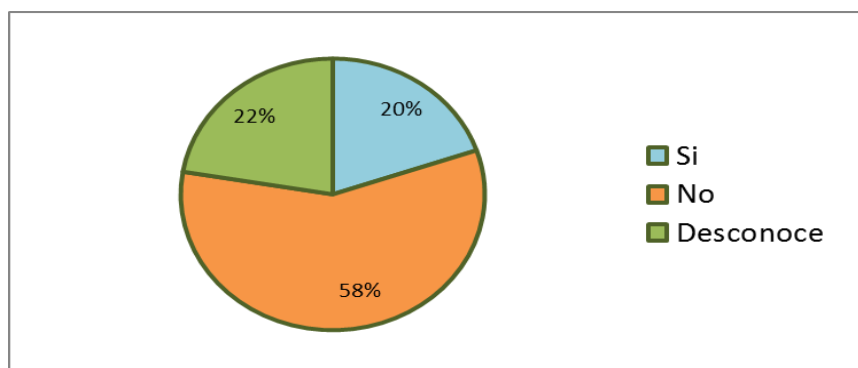


Gráfico 2. Visibilidad y Disponibilidad de Información de quejas en Cineplanet

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

El 58% de los clientes manifestó no encontrar visible ni disponible información relevante de cómo realizar o proceder para realizar una queja o reclamo, mientras que sólo el 20% de ellos manifestó encontrar visible y disponible dicha información.

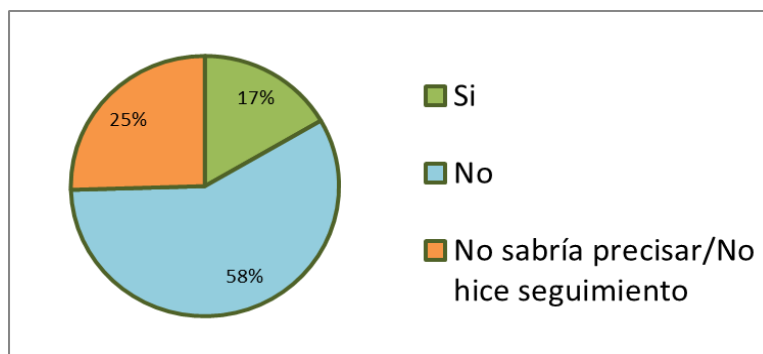


Gráfico 3. Esfuerzo Necesarios por parte de la Empresa Cineplanet para atender a una queja

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

El 58% de los clientes manifestó que la empresa no realizó todos los esfuerzos necesarios para investigar lo suscitado con ellos, y el porqué de sus inconvenientes, mientras que sólo el 17% indicó que la empresa hizo todo lo necesario para saber las circunstancias de las mismas.

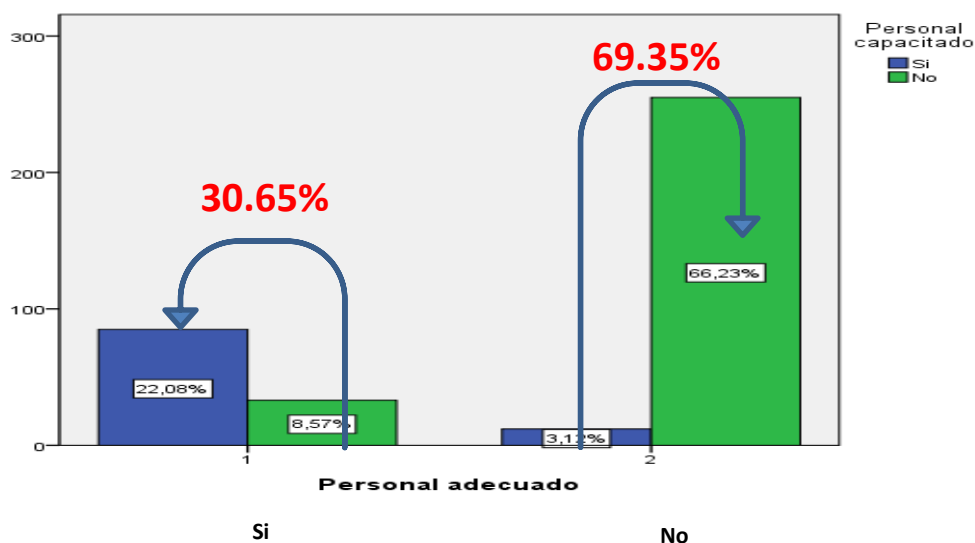


Gráfico 4. Atención del Personal adecuado según percepción de su capacitación

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

Se puede observar que el **30.65%** de los clientes de la empresa Cineplanet-Chiclayo manifestaron que fueron atendidos por el personal adecuado, de los cuales el **22.%** indicó que el personal que lo atendió no estaba capacitado para llevar a cabo el tratamiento de su queja, mientras que el **69.35%** de los clientes que NO fueron atendidos por el personal indicado, de los cuales el **66.23%** consideró que estos no estaban capacitado para hacerlo, Así se puede apreciar que solo el **25.2%** de los clientes consideran que Cineplanet-Chiclayo cuenta con personal capacitado para hacer frente a las quejas y/o reclamos suscitados.

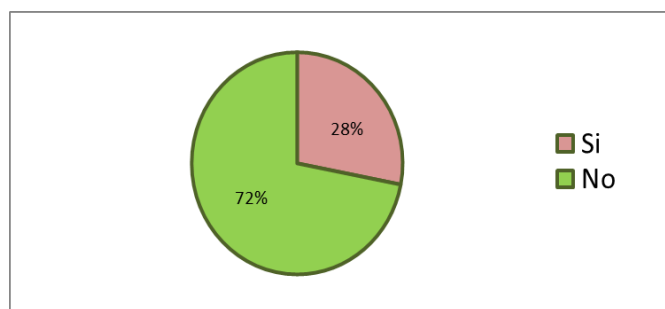


Gráfico 5. Seguimiento adecuado de la queja en Cineplanet

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

El **72%** de los clientes manifestó que Cineplanet-Chiclayo no realiza un seguimiento adecuado a sus quejas, es decir no se preocupan por saber las circunstancias en las que suscitaron; es decir, desde la recepción de la misma hasta la solución de esta, con el fin de solucionar de raíz el problema; mientras que sólo el **28%** manifestó que Sí realizaron seguimiento adecuado a su queja.

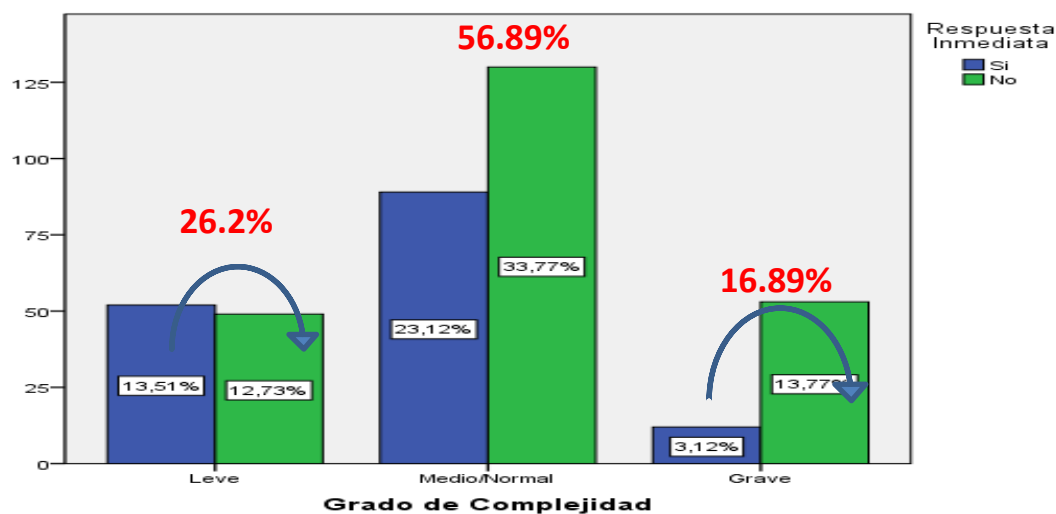


Gráfico 6. Respuesta inmediata de la empresa según grado de complejidad de la queja

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

El **56.89%** de los clientes manifestaron que el grado de complejidad de sus quejas ha sido medio normal, de los cuales el **33.77%** contestó que su queja no recibió una

respuesta inmediata pesar del grado de complejidad que tuvo. Asimismo el **16.89%** de los clientes manifestaron que su queja fue grave, de los cuales, el **13.77%** manifestaron tampoco haber recibido respuesta inmediata. Resultando así que el **60.27%** de los clientes de Cineplanet-Chiclayo no tuvieron respuesta inmediata al manifestar su queja. Por tanto se puede concluir que la empresa no está enfocando sus esfuerzos por resolver con prontitud las quejas que tienen mayor prioridad, y grado de complejidad, dejando pasar por alto estas, lo cual les hace perder oportunidades de mejorar su servicio.

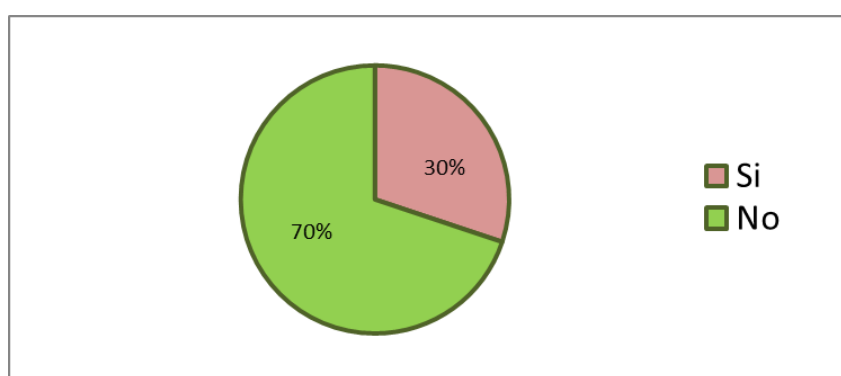


Gráfico 7. Comunicación de la decisión tomada por la empresa

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

El **70%** de los clientes indicó que No se les comunicó alguna decisión que la empresa haya podido tomar frente a su queja manifestada, solo el **30%** manifestó que la empresa Si se comunicó con ellos para expresales la decisión que tomaron respecto a su queja.

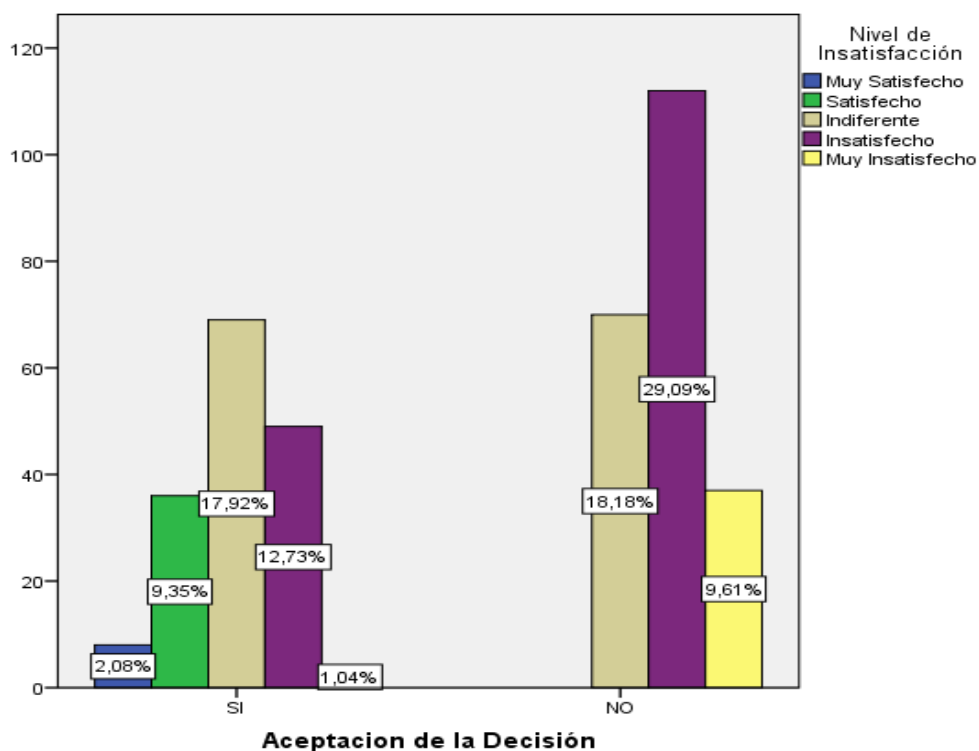


Gráfico 8. Nivel de satisfacción según aceptación de la decisión dada por la empresa

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron que si aceptaron la decisión tomado por la empresa ante su queja, el **18,18%** contestó estar totalmente indiferente con la decisión y solución dada por la empresa, mientras que de los que manifestaron No haber aceptado la decisión tomada por la empresa respecto a su queja, el **29,09%** contestó sentirse Insatisfecho con aquella decisión y solución dada.

Podemos concluir que los clientes de Cineplanet Chiclayo se encuentran indiferentes e insatisfechos con las decisiones que esta empresa toma respecto a sus quejas realizadas.

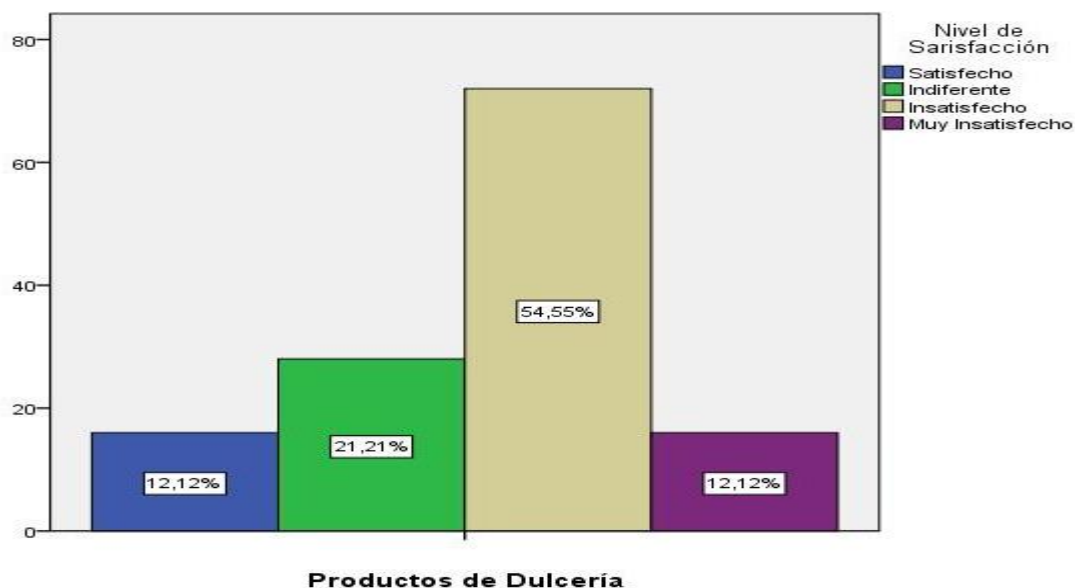


Gráfico 9. Nivel de satisfacción según motivo de queja - productos de dulcería

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron que el motivo de su queja fue por los productos de dulcería, el **54,55%** indicó estar Insatisfecho con la solución que la empresa Cineplanet-Chiclayo les dio a sus queja; mientras que, el **21.21%** manifestó sentirse indiferente ante la solución que se les proporcionó, es decir le restan importancia e interés a la solución que la empresa les brindó; y solo el **12.12%** indicó sentirse satisfecho con la solución dada por la empresa.

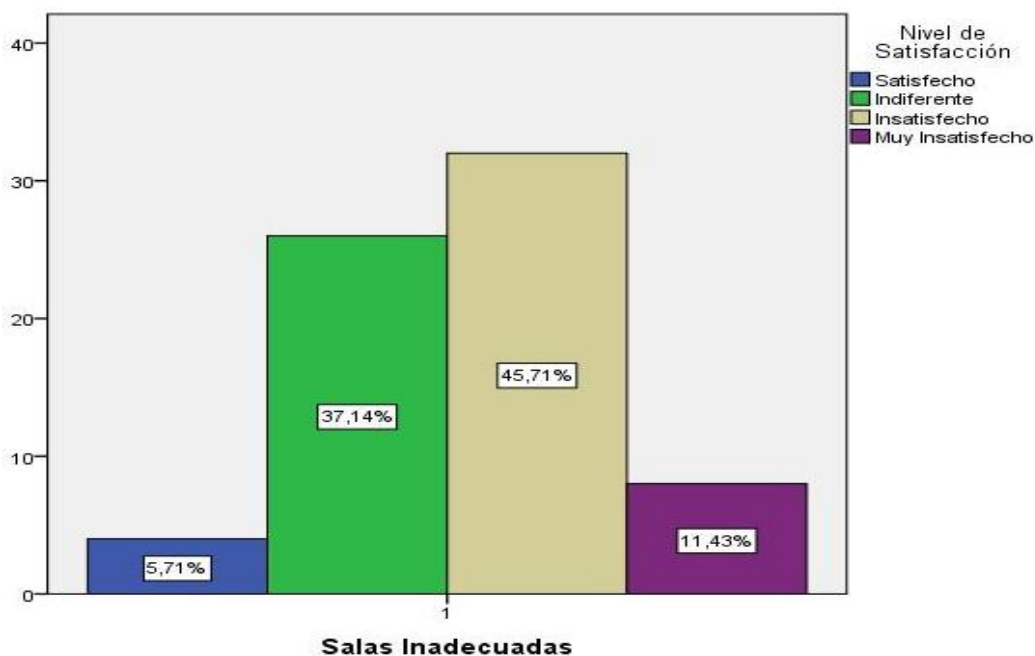


Gráfico 10. Nivel de satisfacción según motivo de queja – salas inadecuadas

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron que el motivo de su queja fue por salas inadecuadas, el **45,71%** indicó sentirse Insatisfecho con la solución brindada y proporcionada por la empresa con respecto a su queja, y solo el **5.71%** indicó sentirse satisfecho con la solución que se les proporcionó

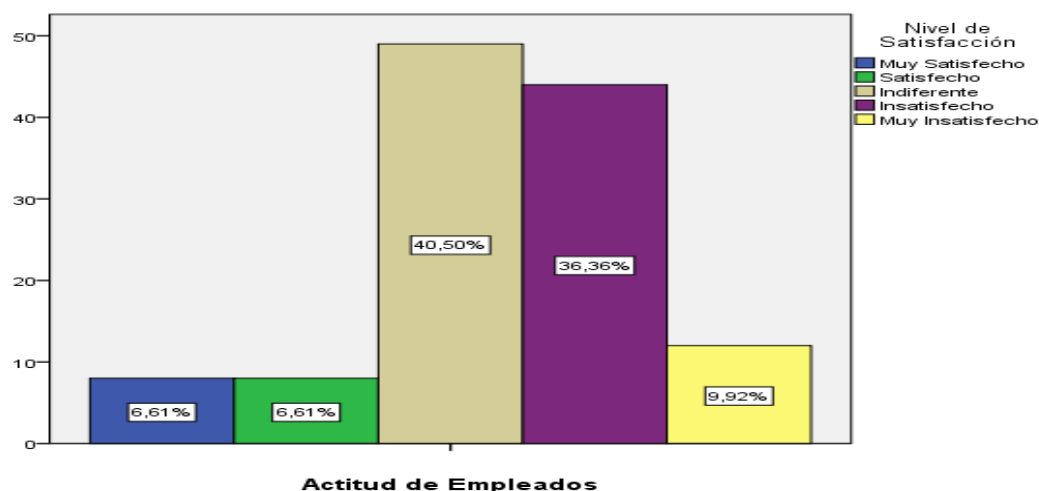


Gráfico 11. Nivel de satisfacción según motivo de queja – actitud de empleados

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron haber realizado su queja por actitud de los empleados frente a estos, el **40,50%** indicaron que les es totalmente indiferente la solución que la empresa les pudo proporcionar y ello puede deberse a que lidiar con la actitud de una persona es muy subjetivo, es por ello que puede o no que se cumpla ya que depende únicamente de los colaboradores modificar su actitud, asimismo puede deberse al hecho de que no se les comunicó ninguna decisión tomada por parte de la empresa; mientras que solo el **6.61%** indicó estar satisfecho con la solución que se les dio

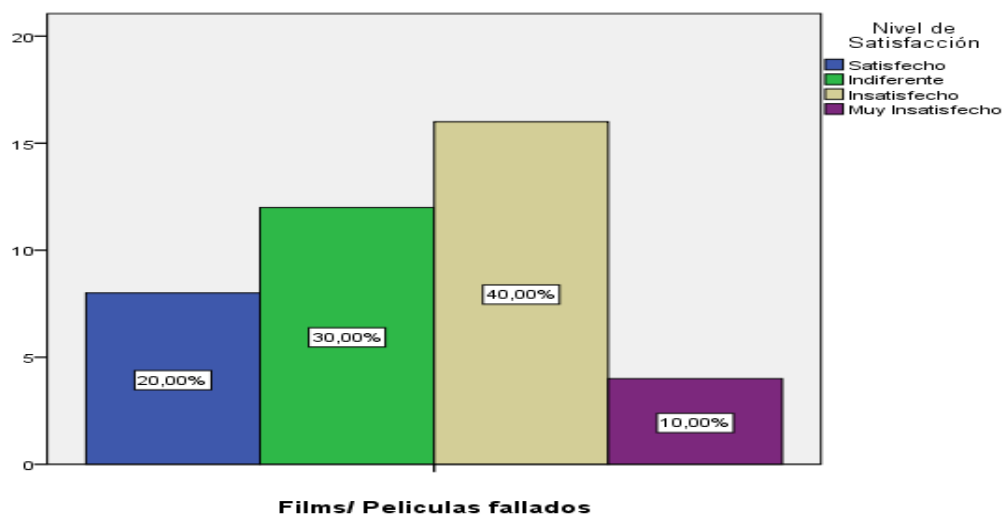


Gráfico 12. Nivel de satisfacción según motivo de queja – Films/ Películas falladas

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron que el motivo de su queja fue por fallas en la película, el **40%** indicó sentirse insatisfecho con la solución que le pudo proporcionar la empresa con respecto a esta; mientras sólo un **20%** indicó sentirse satisfecho con la solución que se les proporcionó.

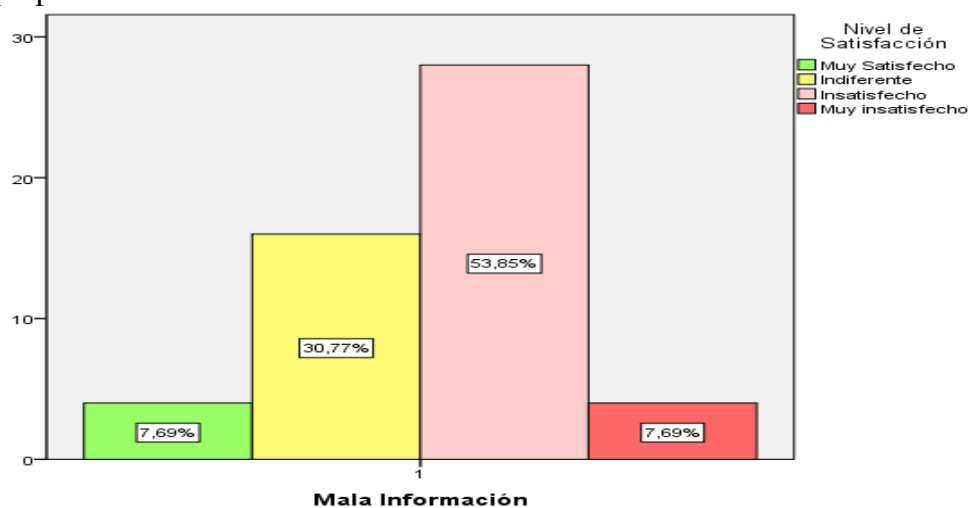


Gráfico 13. Nivel de satisfacción según motivo de queja – mala información

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron que el motivo de su queja fue por mala información brindada por la empresa, el **53,85%** indicó sentirse Insatisfecho con la solución que les

brindó Cineplanet-Chiclayo respecto a su queja realizada, y sólo el **7,69%** indicó sentirse muy satisfecho con la solución proporcionada. Por lo que se puede apreciar que más de la mitad (**60.69%**) de los clientes manifestaron sentirse insatisfechos, y esto debido a que no recibieron la solución esperada o ni siquiera se les llegó a dar alguna solución.

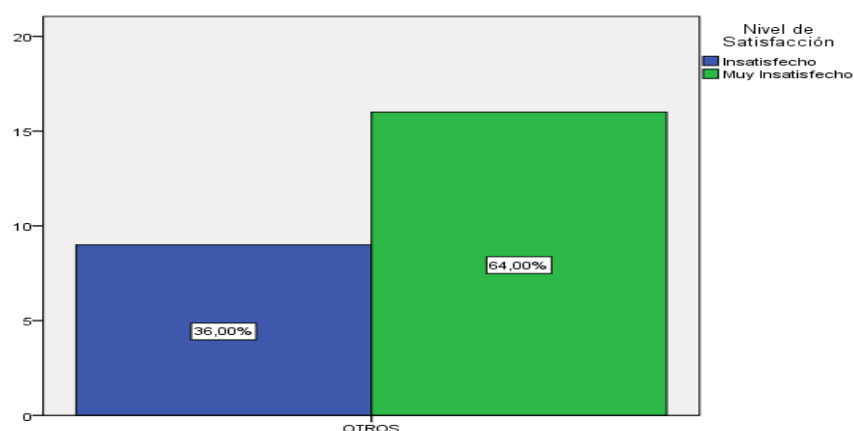


Gráfico 14. Nivel de satisfacción según motivo de queja - otros

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

De los clientes que manifestaron que su queja realizada en Cineplanet-Chiclayo fue por otros motivos como: Falta de formas de pago, ticket de otra función, y lentes deteriorados, el **36%** indicó sentirse Insatisfecho por la solución brindada o porque simplemente no se les llegó a dar solución a su queja manifestada; mientras que el **64%** manifestaron sentirse indiferente frente a la solución que recibieron.

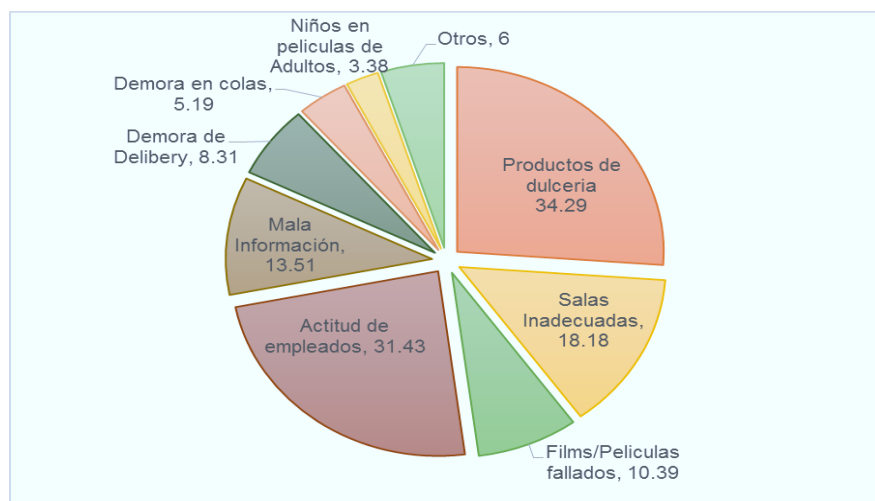


Gráfico 15. Motivo de la queja

Fuente: Encuesta - Elaboración propia.

El 34.29% de los clientes indicaron que el motivo de su queja fue por productos de dulcería, un 31.43%, actitud de empleados y solo un 3.38% por Niños en películas de adultos.

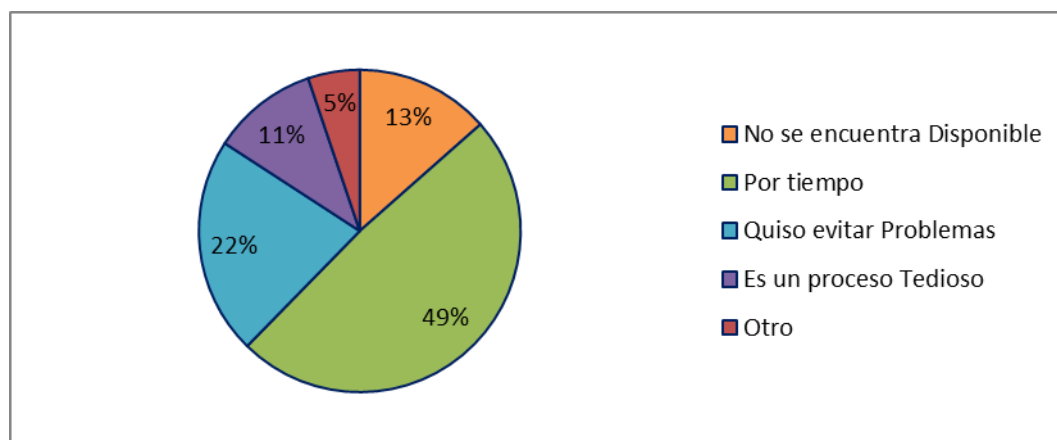


Gráfico 16. Motivo para no llevar a cabo su queja en el Libro de Reclamaciones

Fuente: Encuesta- Elaboración propia.

El 49% de los clientes indicó que No llevó su queja al libro de reclamaciones, por el tiempo que requiere llevar a cabo el procedimiento de manifestar por escrito su queja

4.2. Entrevista: Clientes que han reclamado

- MOTIVO**

Los motivos que suscitaron que los clientes entrevistados hicieran que pidan el libro de reclamaciones son los siguientes:

| DIMENSIÓN | MOTIVO |
|--|---|
| Productos de dulcería y servicio. | <ul style="list-style-type: none"> - Productos de dulcería en mal estado. <i>“Estaba en la sala viendo una película con mi hija, y nos dimos con la sorpresa que la gaseosa (“Seven up”) tenía un pésimo sabor... Para colmo, se demoró muchísimo en traer la bebida y nos la trajo sin sorbetes, cuando le reitere que faltaban los sorbetes, otra vez se negó a traerlos”.</i> <i>“Reclamé debido a que se cometió un atropello esta empresa sobre mi persona, revisaron mi bolso y detuvieron mi agua mineral, encima, cuando pido delivery me traen la gaseosa en mal estado”.</i> - Escasa variedad de productos. <i>“Estaba entrando a ver la película cuando una señorita me pidió que le muestre el interior de mi bolso, yo accedí pero dentro del bolso llevaba dos aguas minerales, las cuales quedaron decomisadas... porque yo no puedo consumir ninguna bebida con “dulce”, soy diabética”.</i> - Única forma de pago: efectivo. <i>“... no tenía en efectivo, entonces me decidí pagar con tarjeta, y la cajera me dijo que no tenían esa opción, o</i> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO |
|---------------------------------|--|
| | <p><i>sea, iban a dejar 5 boletos sólo porque no “tenían opción”. Fue una situación muy incómoda, había hecho semejante cola y las finales no me atendieron.”</i></p> <p>- Demoras en el servicio de delivery.</p> <p><i>“Fui con mi esposa al cine, cuando estaba en la función, pedimos delivery y se demoraron como en una hora en traernos los productos...”</i></p> <p>- Coherencia entre precio y producto.</p> <p><i>“... Pedí una bebida Inca Kola y una Coca-Cola, pero cuando probé mi bebida me di cuenta que no tenía el sabor con el que Coca-Cola se caracteriza y al hacerle esta apreciación a mi enamorada que probó de inmediato su bebida también se dio con la sorpresa de que no tenía el mismo sabor ¡Eran otra marca de bebidas!. Terminando la película puse mi reclamo ya que a mi parecer las mayores ganancias que tiene Cineplanet son en este tipo de ventas, y no deberían vendernos gato por liebre...”</i></p> |
| <p>Salas inadecuadas</p> | <p>- Sobre capacidad de aforo en la sala de Cineplanet.</p> <p><i>“... cuando entro a la sala me doy con la sorpresa de que todos los asientos estaban ocupados, e incluso, habían personas que estaban sentadas en las escaleras. Mencione esta incomodidad con un empleado y exigí que se me devuelva mi dinero por mi entrada, pero, los empleados ni caso me hicieron”.</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO |
|----------------------------------|---|
| Filmes/Películas falladas | <p>- Fallas técnicas en la emisión de la película.</p> <p><i>“... de un momento a otro hubo fallas técnicas (película borrosas), ósea, estoy pagando muy bien por un mal servicio en el producto; eso hizo que hiciera mi reclamo”.</i></p> |
| Actitud de los empleados | <p>- Maltrato por parte de la administración.</p> <p><i>“... las colas para comprar las entradas estaban muy largas, tenía una amiga adelante que me accedió su cola... el administrador no me dejó ingresar al lugar que dejaba mi amiga...Sin embargo, observé que el mismo administrador colocaba a tres señoritas delante de la cola, situación que me incomodó muchísimo de la injusticia que se estaba cometiendo...”</i></p> <p>- Mala actitud de los colaboradores con los clientes.</p> <p><i>“Mala actitud del empleado, y poca actitud servicial, fui al módulo CAC...”</i></p> |
| Mala información | <p>- Boucher con números de sala incorrecta.</p> <p><i>“El Boucher tenía el número de sala incorrecto... Pero la señorita que me atendió se impuso que me podría cambiar el Boucher en un horario de ese mismo día (es decir, en un horario de 11 de la noche)”.</i></p> <p>- Publicidad engañosa en sus promociones.</p> <p><i>“Publicidad engañosa sobre una promoción de un combo de Cineplanet, pues se cobraron de más y no me dieron todo lo que contenía el combo...”</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO |
|-----------|---|
| Otros | <p>- Incoherencia entre la publicidad de la película y el contenido de la misma.</p> <p><i>“Al momento que compré mis entradas para mis hijos y yo, la película solía verse como si fuese una comedia, no se advertía que era para mayores de 14 años... al transcurso de la película me llevé con una desagradable sorpresa ya que tenía mucho contenido sexual, pero la promocionaban como una película apta para chicos menores a 14”.</i></p> <p><i>“Niños estaban dentro de una sala con una película para mayores de edad, una incomodidad total ya que no me dejaron disfrutar de la película y además por ser una película prohibida para niños, un ambiente nada acogedor”.</i></p> |

• VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

El 100% de entrevistados mencionó que la empresa no les brinda información necesaria acerca de cómo y dónde reclamar. Tanto los clientes y algunos trabajadores desconocen la ubicación exacta del libro de reclamaciones, y cuando se solicita se demoran demasiado en traerlo.

“El personal no sabía la ubicación del libro de reclamaciones, ni tampoco sabía cómo proceder ante la falta de desinformación que había en el personal”.

“... se demoraron en bajarme el libro de reclamaciones lo cual debería estar disponible de inmediato”.

Incluso, no existe una homogénea accesibilidad por parte de todos los trabajadores cuando un cliente requiere el libro de reclamaciones.

“... la persona a quien pedí el libro de reclamaciones me lo negó (dijo: “que no está disponible”), ante mi insistencia vino una persona más capacitada que me concedió el libro de reclamaciones”.

En su mayoría los clientes tienen alguna noción de cómo proceder ante un reclamo por conocimientos propios de sus derechos como consumidor, por estar estudiando una carrera afín a la calidad de servicios, experiencias pasadas y por información de terceras personas.

“... la empresa no brindó ninguna guía como proceder ante una reclamación. Yo tengo conocimiento de cómo proceder ante un reclamo porque estudio administración”.

“...yo sabía cómo hacer un reclamo por conocimiento propio”.

• COMUNICACIÓN Y RECEPCIÓN DEL RECLAMO

Los reclamantes entrevistados en su mayoría manifestaron que el primer punto de contacto, trabajador de Cineplanet, que los atendió no tuvieron un trato amable y respetuoso, por el contrario, mostraron una actitud indiferente que generaron una situación de profunda incomodidad en el cliente. Asimismo, acotaron que los jefes de los colaboradores que los atendieron en primera instancia hicieron caso omiso a sus reclamos y apoyaron a sus trabajadores.

“... los que recepcionaron mi reclamo tiene poca identificación por el cliente porque ni le importó mi situación, una indiferencia total.”

“...el personal estaba más preocupado en sus otras labores que en atenderme correctamente”.

“... las personas que me atendieron totalmente erróneas, e inclusive, me quedé totalmente sorprendida con la actitud del “Administrador”.

Los clientes no recibieron ningún tipo de información de apoyo y ningún documento que acredite un registro de su reclamo.

“... no me dieron ninguna fecha de solución a mi problema, ni información de apoyo”.

“... por lo demás no me brindaron ninguna información de apoyo, para la resolución de esta.”

• SEGUIMIENTO DEL RECLAMO

Algunos entrevistados adujeron que la empresa no les dio ningún seguimiento a su reclamo, porque simplemente no les dio ninguna solución o les dio una solución incorrecta.

“... no hubo ningún seguimiento, estaba tratando con el administrador, ni siquiera le importaba mi incomodidad”

“... la verdad que no, me escucharon sí pero no han realizado el seguimiento necesario, ya que hasta ahorita no he recibido ninguna respuesta”

Por otro lado, dos reclamantes afirmaron que algo de seguimiento hizo la empresa a su reclamo, ya que le enviaron un correo respondiendo y disculpándose sobre el asunto.

“Algo de seguimiento habrá habido de mi queja porque después me enviaron un correo con las disculpas del caso, y con un escaneo de mi reclamación”.

“Sí, creo porque me dieron respuesta y por lo menos se tomaron la molestia de responder y leer mi queja”.

• ACUSE DE RECIBO DEL RECLAMO

Casi todos los entrevistados no recibieron ningún acuse de reclamo por ningún canal de comunicación (personal, telefónico, correo electrónico).

“No, recibí ningún tipo de notificación ante el reclamo que hice, ni siquiera disculpas”.

Sin embargo, dos reclamantes sí recibieron una notificación; aunque no inmediatamente.

“Inmediatamente no, después de una semana recibí un correo con lo descrito anteriormente”.

“Sí, me mandaron un correo electrónico un mensaje diciéndome que lamentaban el incidente y que tratarían de mejorar, fue después de una semana”.

• EVALUACIÓN INICIAL DEL RECLAMO

Según el punto de vista de los entrevistados el grado de complejidad de sus reclamos son considerados “graves”, esencialmente por la incapacidad del personal en dar una soluciones inmediatas a sus requerimientos, convirtiéndose un problema sencillo en grave. Otros motivos por los cuales los clientes consideraron su reclamo como grave, es por no aplicar políticas definidas (tener espectadores menores de edad en películas con alto contenido sexual), mala actitud de los trabajadores, inclinación de la empresa por las ventas dejando de lado el servicio al cliente.

“... grado de complejidad grave porque de algo pequeño hicieron algo tan grande”

“... grado de complejidad grave porque este administrador me avergonzó y me ofendió, e incluso, sarcásticamente después que presente mi reclamo me dijo: “Ya está satisfecha”.

• INVESTIGACIÓN DEL RECLAMO

Los clientes consideran que la empresa no realizó ningún esfuerzo para investigar todas las circunstancias e información pertinente sobre sus reclamos. Y si lo hicieron, fue de forma retrasada e inoportuna. Los empleados, se mostraron más interesados en ocuparse de sus funciones que en investigar todos los sucesos de sus reclamos y darle la solución adecuada.

“... lo dudo, ya que no han tomado en cuenta las veces repetitivas que me he quejado de manera verbal, es por eso que tuve que plasmar mi queja en el libro, no toman ningún interés...”.

• RESPUESTA DEL RECLAMO

Las personas entrevistadas mencionaron que no recibieron ninguna respuesta inmediata por parte de la empresa. Aproximadamente se demoraron 30 minutos en darles una solución al reclamo, en algunos casos las respuestas no eran las adecuadas según los clientes. Lo más preocupante es que la empresa envió solo a pocos clientes un correo electrónico de disculpas después de dos meses de pasado el incidente. Por otro lado, algunos clientes no recibieron ningún tipo de respuesta.

“No recibí una respuesta inmediata, me demoré 30 minutos para hacer efectivo mi reclamo”.

“No recibí respuesta inmediata, después de alrededor de dos meses me enviaron un correíto de disculpas por lo sucedido”.

“No, no recibí ninguna solución ni ningún tipo de respuesta”.

• INDECOPI

Todas las personas entrevistadas mencionaron que no extendieron su reclamo hasta INDECOPI por motivos de tiempo por ser un proceso engorroso. Otros clientes ni siquiera pensaron en recurrir a esta institución.

“No, porque es muy fastidioso llevar una reclamo a Indecopi”

“No, porque considero que es una cuestión que la empresa debe solucionar internamente”.

• COMUNICACIÓN DE LA DECISIÓN DEL RECLAMO

Exactamente a un entrevistado le dieron una solución adecuada a su reclamo. A nueve clientes solamente les dieron las disculpas del caso, y lo más alarmante, es que a cuatro reclamantes no le proporcionaron ni solución ni disculpas ante lo sucedido. A continuación se detalla las soluciones que se les proporcionaron a los clientes según el motivo de su reclamo:

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|--|---|---|
| Productos de dulcería y servicio. | <p>- Productos de dulcería en mal estado.</p> <p><i>“Estaba en la sala viendo una película con mi hija, y nos dimos con la sorpresa que la gaseosa (“Seven up”) tenía un pésimo sabor... Para colmo, se demoró muchísimo en traer la bebida y nos la trajo sin sorbetes, cuando le</i></p> | <p><i>“No se comunicó la decisión que la empresa tomó con respecto a mi reclamo, solo me pidió disculpas”.</i></p> <p><i>“No, solo me pidió</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|-----------|---|---|
| | <p><i>reitere que faltaban los sorbetes, otra vez se negó a traerlos”.</i></p> <p><i>“Reclamé debido a que se cometió un atropello esta empresa sobre mi persona, revisaron mi bolso y detuvieron mi agua mineral, encima, cuando pido delivery me traen la gaseosa en mal estado”.</i></p> <p>- Escasa variedad de productos.</p> <p><i>“Estaba entrando a ver la película cuando una señorita me pidió que le muestre el interior de mi bolso, yo accedí pero dentro del bolso llevaba dos aguas minerales, las cuales quedaron decomisadas... porque yo no puedo consumir ninguna bebida con “dulce”, soy diabética”.</i></p> <p>- Única forma de pago: efectivo.</p> <p><i>“... no tenía en efectivo, entonces me decidí pagar con tarjeta, y la cajera me dijo que no tenían esa opción, o sea, iban a dejar 5</i></p> | <p><i>disculpas y que le esa situación le servirá para mejorar”.</i></p> <p><i>“No se comunicó la decisión que la empresa tomo con respecto a mi reclamo, ojala que la empresa haya tomado cartas en el asunto con respecto a este tema”.</i></p> <p><i>“No, reitero solo me pidieron disculpas”.</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|-----------|--|--|
| | <p><i>boletos sólo porque no “tenían opción”. Fue una situación muy incómoda, había hecho semejante cola y las finales no me atendieron.”</i></p> <p>- Demoras en el servicio de delivery.</p> <p><i>“Fui con mi esposa al cine, cuando estaba en la función, pedimos delivery y se demoraron como en una hora en traernos los productos...”</i></p> <p>- Coherencia entre precio y producto.</p> <p><i>“... Pedí una bebida Inca Kola y una Coca-Cola, pero cuando probé mi bebida me di cuenta que no tenía el sabor con el que Coca-Cola se caracteriza y al hacerle esta apreciación a mi enamorada que probó de inmediato su bebida también se dio con la sorpresa de que no tenía el mismo sabor ¡Eran</i></p> | <p><i>“No, como le mencioné ni siquiera nos dieron las disculpas del caso”.</i></p> <p><i>“Si, dijeron que me reclamo lo van a tener en cuenta, y se disculparon”.</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|--|--|--|
| | <p><i>otra marca de bebidas!.</i></p> <p><i>Terminando la película puse mi reclamo ya que a mi parecer las mayores ganancias que tiene Cineplanet son en este tipo de ventas, y no deberían vendernos gato por liebre...”</i></p> | |
| <p>Salas inadecuadas</p> | <p>- Sobre capacidad de aforo en la sala de Cineplanet.</p> <p><i>“... cuando entro a la sala me doy con la sorpresa de que todos los asientos estaban ocupados, e incluso, habían personas que estaban sentadas en las escaleras. Mencione esta incomodidad con un empleado y exigí que se me devuelva mi dinero por mi entrada, pero, los empleados ni caso me hicieron”.</i></p> | <p><i>“No, no hubo ningún tipo de comunicación”.</i></p> |
| <p>Filmes/ Películas falladas</p> | <p>- Fallas técnicas en la emisión de la película.</p> <p><i>“... de un momento a otro hubo fallas técnicas (película borrosas), o sea, estoy pagando muy bien por</i></p> | <p><i>“Si, en el correo mencionaron que no volverá a suceder, pero</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|--------------------------------|--|--|
| | <i>un mal servicio en el producto; eso hizo que hiciera mi reclamo”.</i> | <i>lo dudo”.</i> |
| Actitud de los empleado | <p>- Maltrato por parte de la administración.</p> <p><i>“... las colas para comprar las entradas estaban muy largas, tenía una amiga adelante que me accedió su cola... el administrador no me dejó ingresar al lugar que dejaba mi amiga...Sin embargo, observé que el mismo administrador colocaba a tres señoritas delante de la cola, situación que me incomodo muchísimo de la injusticia que se estaba cometiendo...”</i></p> <p>- Mala actitud de los colaboradores con los clientes.</p> <p><i>“Mala actitud del empleado, y poca actitud servicial, fui al módulo CAC...”</i></p> | <p><i>“No hubo ningún tipo de comunicación después del incidente con la empresa”.</i></p> <p><i>“No, en este caso ni siquiera me dieron solución, ni respuesta alguna en ese momento, una total indiferencia”.</i></p> |
| Mala | - Boucher con números de sala | |

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|-------------|--|--|
| información | <p>incorrecta.</p> <p><i>“El Boucher tenía el número de sala incorrecto... Pero la señorita que me atendió se impuso que me podría cambiar el Boucher en un horario de ese mismo día (es decir, en un horario de 11 de la noche)”.</i></p> <p>- Publicidad engañosa en sus promociones.</p> <p><i>“Publicidad engañosa sobre una promoción de un combo de Cineplanet, pues se cobraron de más y no me dieron todo lo que contenía el combo...”</i></p> | <p><i>“Después que realice el reclamo en este libro, es en esos momentos, que me dieron un boucher para utilizarlo en una semana y poder ver la película que debería haberla visto, solución que tuvo que darse desde un principio”.</i></p> <p><i>“Lo vuelvo a recalcar solo se disculparon”.</i></p> |
| Otros | <p>- Incoherencia entre la publicidad de la película y el contenido de la misma.</p> <p><i>“Al momento que compré mis entradas para mis hijos y yo, la película solía verse como si fuese una comedia, no se advertía que</i></p> | <p><i>“No se comunicó la decisión que la empresa tomó con respecto a mi</i></p> |

| DIMENSIÓN | MOTIVO DEL RECLAMO | DECISIÓN DEL RECLAMO |
|-----------|--|--|
| | <p><i>era para mayores de 14 años... al transcurso de la película me lleve con una desagradable sorpresa ya que tenía mucho contenido sexual, pero la promocionaban como una película apta para chicos menores a 14”.</i></p> <p><i>“Niños estaban dentro de una sala con una película para mayores de edad, una incomodidad total ya que no me dejaron disfrutar de la película y además por ser una película prohibida para niños, un ambiente nada acogedor”.</i></p> | <p><i>reclamo, solo me pidió disculpas”.</i></p> <p><i>“Si me escucharon, luego procedí a llenar el formato del libro, pero no me dieron solución a mi reclamo”.</i></p> |

• ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL RECLAMO

Las dificultades que encontraron todos los entrevistados en todo el proceso de atención de sus reclamos fueron las siguientes:

- Mala atención en el servicio, por actitud errónea de los colaboradores y jefes.
- Ausencia de un Jefe inmediato que ayude a la solución del reclamo.
- Demoras en traer el libro de reclamaciones, en general, demoras en todo el proceso.
- Efectividad de respuesta coherente e inmediata de acuerdo a sus reclamos.

• SATISFACCIÓN DEL PROCESO

100% de entrevistados mencionaron una INSATISFACCIÓN TOTAL después de haber escrito oficialmente sus reclamos.

“Insatisfacción total, por el hecho de que no tienen ningún compromiso por querer resolverse el problema y la falta de respeto hacia los cliente y para con los niños”.

Inclusive, un cliente no ha vuelto al cine hasta el día de hoy, otros han regresados pero temerosos que les vuelva a pasar el mismo incidente.

“Insatisfecha, que hasta ahora que voy al cine con mi niña muy temerosa de comprar los combos en dulcería”.

“Insatisfecha, desde ese día de la atención no he vuelto a ir al cine”.

Cabe mencionar algunos motivos que afianzaron su insatisfacción:

- Ausencia de una respuesta instantánea y adecuada.
- Ausencia de recompensas ante fallas del servicio prestado de Cineplanet.
- Falta de compromiso de los trabajadores hacia los clientes.
- Algunos trabajadores omitieron pedir disculpas a los reclamantes.

• MEJORA CONTINUA

Las mejoras que esperan los clientes que fueron entrevistados de la empresa Cineplanet, en búsqueda de una mejora continua en su servicio, son las siguientes:

- Capacitar y entrenar a su personal para atender adecuadamente y dar facilidades al cliente.
- Incrementar el número de personal.
- En el área de dulcería, presencia de productos de calidad e incrementar su gama de productos.

- Coherencia entre precio y servicio (“sus precios son carísimos y el servicio malísimo”).
- Optimizar sus tiempos con respecto a la atención de reclamos.
- Transparencia en sus promociones y publicidad.
- Planificación y flexibilidad de reclamos, orientación al cliente.

4.3. Entrevista: Colaboradores

4.3.1. Entrevista: Colaboradores Nivel Estratégico

- **COMPROMISO, POLÍTICAS, RESPONSABLES Y AUTORIDADES**

Según los trabajadores del nivel estratégico de Cineplanet, la manera cómo soluciona una queja y reclamos de un cliente, tiene la siguiente secuencia:

- Primero se resuelve por el colaborador, si es realmente grave, estos derivan la queja a jefatura, en caso el cliente lo requiera y desee realizar su reclamo, esta es atendida por gerencia. Si es un reclamo, esta posteriormente es derivada a lima - atención del cliente (los llaman) o vía correo electrónico para darles una respuesta, las disculpas del caso o alguna compensación.

También, todos los empleados deben conocer el EDSA para la atención al cliente (“Escuchar al cliente, luego Disculparse, posteriormente Satisfacerlo y Agradecerle”). Destacan que hay reclamos que no proceden como y todos deben saberlo: la pérdida de entradas o mal vuelto de dinero.

La manera de enseñar a los nuevos colaboradores sobre el EDSA es mediante reuniones mensuales y las que se realizan cada tres meses, con la finalidad de que se sienta involucrado con esta norma y se le facilite un buen desempeño ante clientes difíciles.

“La mayoría está preparado para solucionar los problemas, sin embargo los que llevan poco tiempo no están muy preparados para solucionar problemas, los que están ya más tiempo por la misma experiencia si tienen esa capacidad para hacerlo. En reuniones mensuales siempre se toca un punto sobre los reclamos que hay y eso se refuerza para que el colaborador sepa cómo reaccionar ante esas problemáticas”.

Cabe señalar que la representante que se encargue del tratamiento de quejas y reclamos, es la jefa de atención al cliente a nivel de cadenas-Lima, Katerina Rojas a nivel cadenas. Pero, en el complejo de Chiclayo no tiene un responsable exclusivo en este tema, y los que asumen vagamente ese rol son las jefaturas y la gerencia.

“Atención al cliente en Lima: Katerina Rojas a nivel cadenas, también dirigidas a Ítalo Dueñas DTH. El gerente de complejo, si no está va el asistente”.

- **PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL, OBJETIVOS Y ACTIVIDADES, ASIGNACIÓN DE RECURSOS.**

Los colaboradores del nivel estratégico mencionaron que no realizan una planificación puntual en la gestión de quejas y reclamos, sino que cada complejo se basa en indicadores generales del servicio. La única manera de que todos los trabajadores reciben una retroalimentación con respecto a este asunto, mediante reuniones mensuales donde cada área del Complejo Chiclayo se encarga de ilustrar los motivos más frecuentes de quejas y reclamos. Para complementar lo anterior, Cineplanet programa dos reuniones anuales con la visita de los representantes generales de la empresa donde tratan de orientar a los demás colaboradores a cómo tratar con clientes difíciles.

“... porque el complejo Chiclayo más se basa en indicadores, clima laboral. Que tomen algo puntual para contrarrestar quejas o reclamos no se hace, en reuniones mensuales de área no toman mucho en cuenta esos puntos. Si se realizara esta planificación, creo que si contribuiría mucho a la satisfacción de los clientes, ya

que se sentiría que lo están atendiendo de forma inmediata, y sintiendo comodidad y satisfacción por ese lado”.

Los recursos que provee Cineplanet a sus colaboradores para los entrevistados son índole humana, mediante capacitaciones y charlas:

- Jefaturas y gerencia: Capacitaciones en Lima una vez al año para tratar asuntos relacionados con el servicio al cliente en general.
- Colaboradores del nivel operativo: realiza capacitaciones de forma esporádica, la central (Lima) les envía un temario a desarrollar.

Tangiblemente cuenta con escasos recursos, pues sólo presenta un periódico mural que informa la filosofía del EDSA, el libro de reclamaciones en físico y virtual que refuerza la gestión de quejas y reclamos.

La infraestructura que cuentan para el desarrollo adecuado del tratamiento de las quejas y reclamos es:

- Módulo de atención al cliente (CAC): donde se atiende todas las consultas y/o quejas que el cliente desee realizar. Cabe mencionar, que aquí no se encuentra ubicado el libro de reclamaciones por estar situado en el área administrativa por razones de pérdida o porque los colaboradores revisen el libro de manera inoportuna.

• **RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS QUEJAS**

Solamente tienen un registro para los reclamos mediante una base de datos, donde se anota diariamente cada reclamo con los datos personales del cliente:

“La base de datos contiene datos informativos de la persona, nombre, dirección, correo electrónico, tiene unos Ítems para poner sobre que es tu queja, respuesta del

proveedor (respuesta de Cineplanet), inscripción de la solución que se le dio al cliente”.

Dicha base de datos se envía diariamente a Lima junto con las hojas de reclamo escaneadas.

• **SEGUIMIENTO DEL PROCESO, Y AUDITORÍA DEL PROCESO**

Para los entrevistados, las quejas de los clientes no se realizan ningún seguimiento. Sin embargo, para los reclamos se realiza mediante el método del Check List y lo hace la gerente de zona cada 15 días. De la misma forma, la sede central realiza un seguimiento y verifica si la solución dada al cliente es la adecuada. Asimismo, la empresa Cineplanet no realiza auditorías para evaluar el desempeño en el tratamiento de las quejas y reclamos en su sede Chiclayo.

Auditorías específicamente no, solo se hacen alguna revisión del libro nada más.

• **ACCIONES CORRECTIVAS AL PROCESO**

No están totalmente satisfechos con el modelo actual del tratamiento de quejas y reclamos, proponen las siguientes mejoras:

- El tratamiento y el seguimiento de quejas y reclamos debería ser por parte del complejo Chiclayo (“no ser manejado por la central-Lima”), de esta forma se podrá ver con mayor facilidad los puntos débiles, para luego informar y prevenir situaciones similares.

4.3.2. Entrevista: Colaboradores Nivel operativo

• **VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD**

Los colaboradores del nivel operativo de Cineplanet mencionaron que la empresa no les proporciona ningún tipo información de cómo proceder ante una queja o reclamo.

En un sentido más amplio, la única información visible es el EDSA, que se encuentra ubicado en el periódico mural del área de dulcería.

“A través del EDSA (escucharse, disculparse, satisfacer y agradecer), pero en el transcurso del tiempo que estas en cine lo vas aprendiendo. Además, la información de cómo proceder ante una queja o reclamo si lo encontramos sólo en mural del área del mural de dulcería, más no en el de servicio. Pero por lo general, los chicos nuevos no saben, hasta que tienen algún tiempo de cómo resolver”.

Además, resaltan que todo lo aprendido en atender a un cliente, lo aprenden de forma empírica.

“... a veces tenemos que solucionar nosotros mismo el problema”.

Existe cero comunicación y capacitación por parte de las jefaturas con respecto a los temas de cómo tratar quejas y reclamos de los clientes, incluso, aducen que ante un reclamo de gravedad llaman a un jefe directo.

“Solo te mencionan que ante una queja se tiene que hablar con un jefe directo”.

“... además no estamos capacitados para dar soluciones al cliente con respecto a otras áreas, existe una ausencia de capacitaciones”.

- **EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA**

Como se mencionaba anteriormente, el único conocimiento que los colaboradores de Cineplanet que manejan es el EDSA (Escuchar, Disculparse, Satisfacer y Agradecer). Por lo demás, solamente utilizan criterio propio.

Lo he aprendido por la experiencia que he tenido trabajando en estos dos años. Pero, la empresa ha puesto su granito de arena mediante la enseñanza del EDSA

Los colaboradores tratan de resolver automáticamente las quejas de los clientes. En cuanto a reclamos, se demoran entre 3 a 5 minutos si es leve, y si es grave se demoran hasta 30 minutos en resolverlo. Los factores que les juegan en contra son: la ubicación del libro de reclamaciones y la impaciencia de los clientes.

“Si el problema es fuerte entre 20 a 30 minutos, si el problema es leve se trata de resolver en un promedio de 5 minutos”.

“... y a veces si se demoran en bajar (porque el libro de reclamaciones no se encuentra abajo a la mano del cliente, sino se encuentra en el área administrativa, entonces es allí la demora, el cliente se impacienta se enoja más, hasta que lleguen a resolver el problema)”.

Asimismo, ocho colaboradores indican que prefieren la resolución de quejas o reclamos según su importancia, ya que está en juego la imagen de empresa.

“En cuanto la resolución inmediata lo realizo de acuerdo a su importancia porque se está jugando directamente con la imagen de Cineplanet”.

• ASIGNACIÓN DE RECURSOS

Los recursos que la empresa provee a sus colaboradores para resolver una queja o reclamos son mínimos. Según los trabajadores, los capacitan cada tres meses, pero no exclusivamente en la gestión de quejas y reclamos, sino de forma general y con temas afines sobre el servicio al cliente. El único apoyo que les proporciona la empresa son los jefes de área y el sello de 15 días.

“La empresa cada cierto tiempo nos capacita, específicamente cada tres meses”.

“El único apoyo que nos proporciona la empresa son los jefes, después, no existen recurso de primera mano que brinde esta empresa a su personal”.

Es por ello, que las mayores dificultades que encuentran los trabajadores en resolver una queja o un reclamo son:

- El cliente se pone alterado.
- Para la solución de una queja o reclamos dependen de la opinión del jefe.
- Atender a varios clientes por una misma queja o reclamo.
- La contradicción de tus jefes ante una queja o reclamo de un cliente.

• **OBJETIVIDAD**

Casi el total de trabajadores trata de darle la razón al cliente, solamente un colaborador menciona que más que darle la razón al cliente se trata de darle la mejor solución.

“Primero se le escucha atentamente al cliente, luego se piensa antes de dar una solución, y en dicha solución se trata de darle la razón al cliente”.

“No necesariamente, ya que el cliente tiene su razón, pero si darle solución a su problema”.

Del mismo modo, la mayoría de los colaboradores después de haber resuelto una queja o reclama, trata de no comentarlo con personas extrañas por un tema de confidencialidad.

“No, solo lo comento en las reuniones para ver qué podemos hacer (lo manejo internamente)”.

“No, pero lo comento siempre con mis compañeros de trabajo”.

• ENFOQUE AL CLIENTE

Todos los colaboradores de esta empresa manifiestan que hacen todo lo posible por solucionar las quejas y reclamos de los clientes, tratando de buscar todos los medios y alternativas posibles de solución.

“... siempre trato de solucionarle su queja en este caso proporcionándole de darle 10 soluciones más, por así denominarlo. Buscando por todos los medios y alternativas posibles, pero esas soluciones no tienen por qué perjudicar a la empresa”.

“... realizando todos los métodos, y medios posibles, es decir trato de darle solución siempre”.

• RESPONSABILIDAD

Los colaboradores de Cineplanet-Chiclayo expresaron que no existe ningún responsable específico para el tratamiento de quejas y reclamos, ya que intervienen en ese tema directamente los jefes de cada área, la asistente gerencia o el gerente del complejo. Cabe destacar que los jefes permanecen por temporadas (son inestables).

Además, añadieron que este tema de quejas y reclamos lo resuelve directamente la central de Cineplanet-Lima.

“... el responsable se encuentra en Lima. Aquí en Chiclayo solo el responsable del tratamiento de quejas y reclamos lo asumen las jefaturas y gerentes, el cual envían las quejas para que Lima de solución”.

• COMPROMISO

De acuerdo a la opinión de los colaboradores del nivel operativo de Cineplanet-Chiclayo, en su mayoría mencionan que la alta dirección de Cineplanet no está 100% comprometida con el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas y reclamos de los

clientes. Debido, a que la gerencia siempre actúa de acuerdo a su conveniencia de empresa (rentabilidad) y no a la del cliente (servicio), mostrándose indiferentes a los problemas que se suscitan a diario.

“La alta dirección no está 100% comprometida porque creo que hay otras cosas, como por ejemplo las metas, ya que creo por la presión de arriba hacia los gerentes de cumplir más metas que otra cosa, le dan más importancia a ellos”.

“Según su conveniencia, pero totalmente no. Porque en el momento que envían el correo al cliente que ha reclamado tratan de hacer ver que su queja o reclamo no tiene sentido, jugando a su favor”.

• MEJORA CONTINUA

Casi el total de los entrevistados expusieron que es mínimo el porcentaje de mejora continua que se evidencia en la empresa con respecto a este tema. Asimismo, este proceso de mejora ha sido retrasado por la fuerte dependencia que tiene el complejo Cineplanet Chiclayo con la central de Cineplanet Lima (son los que toman las decisiones en el tratamiento general de quejas y reclamos). A esto se suma, el poco interés que tienen los directivos por introducir mejorar en el servicio a los clientes.

“...la solución de reclamos es enviada a Lima, las soluciones tardan en darlas, son pocas las ocasiones que dan solución a las quejas, pero tomando en cuenta que si se trata de más ingresos si dan solución a todo...”

“...siempre es lo mismo, ya que las jefaturas o gerentes tratan con desanimo la queja y reclamo de un cliente no existe ni esmero por mejorar”.

Del mismo modo, todos los entrevistados dijeron que sí les gustaría contar protocolos que les ayuden a resolver una queja y reclamo, por los siguientes motivos de eficacia y eficacia.

DISCUSIÓN

4.4. OBJETIVO 1: PRINCIPIOS DE ORIENTACIÓN

- Visibilidad y accesibilidad

El 58% de clientes que han realizado una queja de forma verbal considera que la empresa no pone a su disposición información necesaria de cómo y dónde proceder ante esta situación, y que ha sido uno de los detonantes para no hacer de su queja un reclamo formal mediante el libro de reclamaciones.

Todos los clientes 100% entrevistados que han hecho un reclamo afirman que el libro de reclamaciones no está ubicado dentro de un lugar visible de las instalaciones. Incluso la dificultad más grande que encontraron los clientes entrevistados fue el no encontrar disponible el libro de reclamaciones cuando estos quisieron hacer efectiva su reclamo, lo cual les llevó a esperar mucho, y perder el tiempo por tener que esperar que el encargado que le baje dicho libro.

En su mayoría los clientes tienen alguna noción de cómo proceder ante un reclamo por conocimientos propios de sus derechos como consumidor, por estar estudiando una carrera afín a la calidad de servicios, experiencias pasadas y por información de terceras personas.

Asimismo, todos los trabajadores del nivel operativo testifican que no tienen a su alcance información visible de qué y cómo deben actuar ante una situación como esta, sin embargo, estos sólo cuentan con apoyo de una frase que deben manejar todos para la atención al cliente en general, expresada en las siglas EDSA, (escuchar al cliente, Disculparse, Satisfacer, y Agradecer). Cineplanet da a conocer en algunas reuniones a sus trabajadores de forma oral el contenido del EDSA. Pero, no lo tienen plasmado, ni descrito; tan sólo el área de dulcería cuenta con un mural que

muestra esta información. También manifestaron que la empresa Cineplanet Chiclayo les debe brindar información acerca de cómo atender y llevar a cabo una queja o reclamo, ya que consideran que no existe ningún tipo de manuales, o algún *speech* que les indique cómo llevar a cabo estas. Se pudo contrastar que no todos los trabajadores tienen este conocimiento impartido de manera equitativa, puesto que muchos de ellos tienen que aplicar su sentido común, y su experiencia, y otros desconocen cómo proceder.

Sin embargo, existe una disyuntiva con los ejecutivos de Cineplanet-Chiclayo (nivel estratégico) manifestando que los colaboradores sí tienen conocimiento de cómo proceder ante una queja o reclamo, y que lo hacen a través del EDSA. La forma de entrenar al personal en Cineplanet Chiclayo es a través de las reuniones mensuales que se realizan, en la que se les hace conocimientos de manera general el trato que debe recibir el cliente, por lo que se hace realce a la atención del servicio al cliente en general.

Por lo que, Cineplanet-Chiclayo tiene dos deficiencias con respecto a la visibilidad y accesibilidad de quejas y reclamos:

- La información acerca de cómo y dónde reclamar no es conocida por los clientes y el personal.
- El libro de reclamaciones no se encuentra disponible.

- Efectividad de respuesta

Los clientes que realizaron que manifestaron que el grado de complejidad de sus quejas ha sido medio normal, de los cuales el 33.77% contestó que su queja no recibió una respuesta inmediata a pesar del grado de complejidad que tuvo. Los clientes manifestaron que su queja fue grave, de los cuales el 13.77% de ellas manifestaron tampoco haber recibido respuesta inmediata. Resultando así que el 60.27% de los clientes encuestado no tuvieron respuesta inmediata al manifestar sus queja. Con lo anterior, que la empresa no hace todo lo posible por resolver con

rapidez las quejas que tienen mayor prioridad, y grado de complejidad, dejando pasar por alto éstas, lo cual les hace perder oportunidades de mejorar para su servicio.

Tabla 1. Efectividad de respuesta ante la empresa Cineplanet - Chiclayo

| GRADO DE COMPLEJIDAD | RESPUESTA INMEDIATA | | TOTAL |
|-----------------------------|----------------------------|---------------|--------------|
| | SI | NO | |
| LEVE | 13.51% | 12.73% | 26.24% |
| MEDIO/NORMAL | 23.12% | 33.77% | 56.89% |
| GRAVE | 3.12% | 13.77% | 16.89% |
| TOTAL | 39.75% | 60.27% | 100% |

Por otro lado, los colaboradores del nivel operativo tienen claro que ante una queja realizada por un cliente no debe existir demora para atenderla, ya que en promedio consideran que según su criterio deben demorar entre 5 a 10 minutos atendiendo una queja, lo cual muestra que existe en “teoría” un estándar de que al cliente se le debe atender con prontitud, sin embargo consideran que por lidiar con personas, y según las quejas y reclamos se pueden tomar tiempo en resolverlas. En caso, que los colaboradores no puedan resolverlas, ya sea por el carácter del cliente o la magnitud de la queja, pasan a llamar a sus superiores para que atiendan esas quejas y/o reclamos. También se pudo percibir que gran parte de estos, no saben diferenciar entre una queja urgente e importante, considerando que las quejas y/o reclamos que deben atender es según lo que creen prioridad personal de cada colaborador, confundiendo muchas veces las quejas y/o reclamos que deberían ser atendidas con prontitud y de forma inmediata.

- Objetividad

Con respecto a la objetividad existe discrepancia entre las opiniones de los trabajadores y los clientes de Cineplanet. Por un lado, ocho de nueve colaboradores trata de darle la razón al cliente, solamente un colaborador menciona que más que darle la razón al cliente se trata de darle la mejor solución.

Pero, los clientes mencionaron que las personas que las atendieron no fueron totalmente objetivas en el tratamiento de quejas y reclamos, por el contrario, fueron subjetivas y mostraron preferencias personales.

Por lo tanto, el cliente no percibe que su queja y/o reclamo sea tratada de manera equitativa, objetiva e imparcial, a pesar de que los trabajadores siempre traten de darle la razón.

- Confidencialidad

Los colaboradores relativamente sí cumplen este ítem, ya que después de haber atendido una queja y/o reclamo tratan de no comentarlo con personas extrañas por un tema de confidencialidad.

Únicamente la empresa pone a disposición la información de carácter personal del reclamante cuando ésta sea necesaria para el tratamiento de la queja y/o reclamo dentro de la organización mediante reuniones de retroalimentación, y no divulgarla sin el consentimiento expreso del cliente.

- Enfoque al cliente

El 100% de los colaboradores de esta empresa manifiestan que hacen todo lo posible por solucionar las quejas y reclamos de los clientes, tratando de buscar todos los medios y alternativas posibles de solución. Entonces, los colaboradores están completamente enfocados hacia el cliente. Pero, el 58% de quejantes aduce que la empresa no realizó todos los esfuerzos necesarios para tratar adecuadamente su queja y/o reclamo. Existiendo un desequilibrio entre la percepción de los clientes y la labor que realizan los trabajadores.

- Responsabilidad

Se ha podido detectar que los colaboradores de Cineplanet Chiclayo no tienen bien en claro y definido quién es la persona responsable de hacer frente ante las quejas y reclamos de los clientes. Sin embargo, tienen en claro que al no poder resolver una queja y/o reclamo, o manejar alguna situación llaman inmediatamente a su jefe inmediato.

Esta imprecisión de sobre quien cae la responsabilidad de comunicar las acciones y decisiones ante situaciones de quejas y/o reclamos, se debe a que la organización no se encarga de indicar a sus colaboradores quién es la persona que debería actuar ante esta situaciones, simplemente por no tener un responsable definido.

4.5. OBJETIVO 2: MARCO DE REFERENCIA PARA EL TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS.

- COMPROMISO.

De los nueve colaboradores entrevistados del nivel operativo el 89 % cree que la alta dirección de Cineplanet no está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes, por las siguientes razones:

- Todas las respuestas mediante el correo electrónico a los clientes que se han quejado o reclamado minimizan la intensidad de los mismos, dejando de lado “la solución” de la queja o reclamo.
- La alta dirección de Cineplanet no entrena a su personal para estar más capacitado ni asigna a una persona idónea para que trate directamente estos temas.
- Los jefes muestran indiferencia ante los problemas de los clientes.
- Realizan con poca frecuencia un análisis sobre la gestión de quejas y reclamos.
- Las quejas y reclamos de los clientes no son resueltos inmediatamente.

- La dependencia directa que tiene la sede Chiclayo con la sede principal de Lima, hace que los directivos locales estén constantemente desmotivados para implantar mejoras sobre este tema.
- Los directivos de Chiclayo dan mayor atención a las METAS cuantitativas de dulcería y taquilla, y dejan de lado la atención al cliente.

Efectivamente, ese 89% muestra que los directivos de la empresa Cineplanet Chiclayo no están totalmente comprometidos con la gestión eficiente y eficaz del tratamiento de quejas y reclamos consideran que la alta dirección no se encuentra totalmente, puesto que no perciben en sus actitudes esa entrega y disponibilidad por querer realmente resolver y solucionar cada queja y/o reclamo:

Tabla 2. Compromiso de la empresa Cineplanet - Chiclayo

| Cliente interno | Compromiso en ventas | Compromiso en atención al cliente |
|---------------------------|---|---|
| Nivel estratégico. | <ul style="list-style-type: none"> - Compromiso en un 100%. - Herramientas: reportes diarios, reuniones semanales (una mensual). - Motivaciones: incentivos. | <ul style="list-style-type: none"> - Compromiso en un 11%. - Método: EDSA. - Herramientas: reuniones mensuales. - Motivaciones: ninguna. - El sistema reclamos depende de la sede central. |
| Nivel Operativo. | <ul style="list-style-type: none"> - Compromiso en un 100%. - Motivaciones: incentivos monetarios, y reconocimiento al mejor vendedor. | <ul style="list-style-type: none"> - Compromiso relativa. - Método: EDSA. - Herramientas: reuniones mensuales. - Motivaciones: ninguna. |

En el cuadro anterior queda demostrado que no existe un total compromiso de la organización en el proceso del tratamiento de las quejas y reclamos, y la alta dirección de Chiclayo no promueve dicha cultura hasta el nivel más bajo, por el contrario los mismos trabajadores del nivel operativo perciben indiferencia ante los problemas de los clientes. Trabajan a la deriva utilizando únicamente el método de EDSA, más aún no se brindan capacitaciones o talleres especializados que permitan

la definición, adopción y divulgación de cómo proceder ante una queja o reclamo, solamente utilizan de forma visual un cartel dentro de un periódico mural donde recuerdan que es lo que significa el “EDSA”.

- POLITICAS.

Su filosofía de atención al cliente está en el EDSA (“Escuchar al cliente, luego Disculparse, posteriormente Satisfacerlo y Agradecerle”), la cual es compartida por todos los trabajadores.

La manera de enseñar a los nuevos colaboradores sobre el EDSA es mediante reuniones mensuales y las que se realizan cada tres meses, con la finalidad de que todo el personal se sienta involucrado con esta norma y facilite un buen desempeño ante clientes difíciles.

La operatividad de solucionar una queja y/o reclamos de un cliente se basa en la siguiente secuencia:

- Primero se resuelve por el colaborador, si este no lo resuelve se pasa a jefatura.
- En mayor instancia es derivado a gerencia.
- Si es un reclamo, se escanea y se envía la hoja del reclamo a la Central de Lima. Automáticamente se deriva a la central de Lima - atención del cliente (los llama) dándoles una respuesta, las disculpas o compensando con pases dependiendo del reclamo.

El libro de reclamos de Cineplanet, está sujeto a normas legales según el artículo 150 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Por lo que, la política de quejas y/ reclamos de Cineplanet-Chiclayo es simple, poco sólida y concisa.

- **RESPONSABLE Y AUTORIDADES.**

Tabla 3. Autoridades, Responsables y funciones

| Dimensión | Responsables |
|---|---|
| Alta dirección – Central Lima | <p>El tratamiento de quejas y reclamos es atendido a nivel general en la central Lima, donde llegan todos los reclamos de todas las sedes.</p> <p>Área responsable: Área de atención al cliente.</p> <p>Responsable: Katerina Rojas.</p> <p>Funciones Principal: Dar y comunicar solución a cada reclamo.</p> |
| Gerencia de sede Chiclayo | <p>Gerente de Complejo - Chiclayo: Micheel Portocarrero.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asegurarse de que se han establecido el proceso de tratamiento de las quejas y los objetivos en la organización. <p>Asistente de gerencia: Luis María Reyes.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envío de información a Lima (exclusivamente el escaneo de todas las hojas de reclamos). - Comunicar cualquier decisión de quejas y reclamos. |
| Jefaturas (Dulcería, proyección, servicio) | <p>Jefatura de Dulcería: Rafael Ramos.</p> <p>Jefatura de proyección: Miguel Cabrera.</p> <p>Jefatura de Servicio: José Luis Bustamante.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intervenir en situaciones donde el colaborador operativo no resuelva la queja y/o reclamo del cliente. - Mantener contacto con el representante de la dirección para el proceso de tratamiento de las quejas. |
| Colaboradores del nivel Operativo | <p>Todo el personal de contacto directo con los clientes.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tratar cortésmente a los clientes y responder rápidamente a sus quejas o remitirlos a los individuos adecuados. - Demostrar buenas habilidades interpersonales |

| | |
|--|--------------------|
| | y de comunicación. |
|--|--------------------|

Fuente: Cineplanet-Chiclayo // Elaboración: Propia

La responsabilidad de a quién debe recaer la gestión y tratamiento de quejas y reclamos en la empresa Cineplanet Chiclayo no se encuentra definido, ni claro ya que existe desconocimiento por muchos colaboradores de quién es el encargado de resolver y llevar el seguimiento de dichas quejas, tampoco existe información visible del procedimiento para realizar una quejas o reclamo, no está accesible para los clientes; así mismo tampoco se encuentra disponible los pasos que deben seguir los colaboradores para hacer frente a una queja, y en su gran mayoría este desconocimiento es por parte de aquellos que llevan poco tiempo en la organización, ya que los demás por experiencia y sentido común saben cómo llevarla a cabo.

4.6. OBJETIVO 3: PLANIFICACIÓN Y DISEÑO

La planificación y el Diseño del tratamiento de quejas y reclamos no se lleva a cabo en la empresa Cineplanet-Chiclayo, información que ha sido recopilada por las jefaturas de Dulcería y servicio de la misma empresa, esto debido a que no existe una previa planificación dentro de la sede Chiclayo que permita realizar adecuadamente una eficiente Gestión de las quejas y los reclamos, no cuentan con objetivos , un plan de acción a seguir y políticas establecidas que sirvan como directrices para llevar a cabo dicha Gestión.

La empresa en cuestión basa sus actividades y sus acciones en la búsqueda de recursos económicos, ya que 12 d e15 colaboradores entrevistado indicaron que la empresa Cineplanet-Chiclayo dirige sus esfuerzos por lograr los indicadores mensuales, es decir conseguir rentabilidad y productividad para la empresa, restando así importancia a la Gestión de las quejas y los reclamos de sus clientes; Con lo único que cumplen dentro de la planificación establecida por el ISO 10002, es con la proporción de recursos, que sin

embargo se da de manera deficiente, puesto que se brinda “capacitaciones” esporádicas sobre temas de quejas y reclamo en las reuniones mensuales que tienen, y el único material de apoyo que utilizan y tienen a su alcance es el EDSA (1° Escuchar, 2° Disculparse, 3° Satisfacer y 4° Agradecer.) que es una frase utilizada como pasos a seguir para la atención al cliente.

Con ello se puede observar que no está existiendo un proceso eficaz y eficiente de tratamiento de las quejas a fin de aumentar la fidelidad y satisfacción de los clientes, así como para mejorar la calidad de los productos ofrecidos.

4.7. OBJETIVO 4: OPERACIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS

- Comunicación

La empresa Cineplanet no realiza una comunicación adecuada acerca de la información al proceso de tratamiento de quejas y reclamos, puesto que los 14 de 14 clientes entrevistados, manifestaron que la empresa no cuenta con folletos, fichas informativas y/o cualquier soporte y apoyo informativo acerca de cómo se debe llevar a cabo una queja o reclamo, de la misma manera un **58%** de los clientes encuestados manifestaron no encontrar disponible la información necesaria para el adecuada realización de una queja o reclamo. Asimismo esto se puede ver reflejado en los resultados de las entrevistas hechas a los colaboradores, donde todos los entrevistados (12 colaboradores) manifestaron no contar con material informativo de apoyo que les permita poder reforzar sus conocimientos de cómo actuar frente a la queja y los reclamos de los clientes.

- Recepción de la Queja

La recepción de los reclamos efectuados en la empresa Cineplanet se realizan a través de una ficha física que cuenta con los datos personales necesarios de la parte afectada, sin embargo según el ISO 10002, de la Gestión de Quejas y reclamos, esto

debería contener al mismo tiempo, datos adicionales como la solución solicitada por el reclamante y establecer la fecha límite de respuesta a ella, lo cual según los resultados obtenido por los 15 clientes entrevistados esto no se establece en dicha ficha.

CINEPLEX S.A. Fecha 01/08/2014
Paseo de la República 3/N 4to piso - Cercado de Lima

1.- IDENTIFICACIONES DEL CONSUMIDOR RECLAMANTE

Documento de Identidad ☒ DNI ☐ CE ☐ Otros

Apellido Paterno (*) Apellido Materno (*)

Nombres (*) Teléfono

Domicilio

E-Mail (*)

Padre o Madre (En el caso de ser menor de edad)

2.- IDENTIFICACIONES DEL BIEN CONTRATADO

Lugar de Ocurrenza: -- Seleccione --

Producto: ☒ Relacionado a la compra de un bien, sustentado con comprobante de pago.
 Servicio: ☐ Relacionado al maltrato o descortesía respecto a la atención recibida.

3.- DETALLE DEL RECLAMO

Queja: ☒ Deseconformidad no relacionada a los productos o servicios; o maltrato o descortesía respecto a la atención al público.
 Reclamo: ☐ Deseconformidad relacionada a los productos o servicios.

Límite de 1000 Carácteres:

☒ Estoy de acuerdo con lo ingresado en esta Hoja de Reclamaciones. Asimismo confirmo que los datos ingresados son tomados como firma de esta solicitud.

[*] Campos Obligatorios.

NOTA: Cineplex S.A. queda facultada a efectuar respuesta de la queja en el correo electrónico consignado por el consumidor, la misma que se realizará en los términos conocidos por la norma. Cineplex S.A. mantendrá un registro de los correos electrónicos remitidos como respuesta.

RECLAMO: Deseconformidad relacionada a los productos o servicios.

QUEJA: Deseconformidad no relacionada a los productos o servicios, o maltrato o descortesía respecto a la atención al público.

Gráfico 17. Ficha de reclamo de la empresa Cineplanet

Fuente: Cineplanet Chiclayo

En esta ficha se puede visualizar la información necesaria del reclamante y de su reclamo, sin embargo se obvian algunos datos importantes que según el ISO 10002:2004, debería contener la ficha de reclamos como: la solución solicitada por el reclamante, y la fecha límite para dar respuesta a su reclamo.

- **Seguimiento de La Queja**

Para llevar a cabo un buen proceso de la Gestión de Quejas y reclamos en la empresa Cineplanet Chiclayo se requiere realizar un adecuado seguimiento de estas, sin embargo este no se cumple, ya que el **72%** de los encuestados manifiestan que la empresa Cineplanet-Chiclayo no realiza seguimiento a sus quejas, de la misma manera 12 de 14 clientes entrevistados indicaron no contar con la responsabilidad y compromiso por parte de la empresa para llevar a cabo un seguimiento adecuado de sus reclamos, así mismo estos manifiestan no contar con la información necesaria que se requiere y según lo estipulado en el ISO 10002 se debería proporcionar, como por ejemplo el estado en el que se encuentra su reclamo. Esto se debe a que el seguimiento que se lleva de las queja y reclamos se encuentra muy centralizada, puesto que por información de las jefaturas, el seguimiento es llevado a cabo desde Lima, es decir, ellos no intervienen en este procedimiento, solo informan a la central los reclamos recepcionada en Chiclayo y desde Lima se comunican con el cliente para responder o darles “solución” vía correo electrónico.

- **Acuse de recibo de la Queja**

Una vez registrada la queja o reclamo el solicitante deberá ser notificado inmediatamente a través de los diferentes medios de comunicación, vía teléfono, correo electrónico, etc. (ISO 10002, Gestión de Quejas y reclamos 2004), sin embargo el **60.27%** de los clientes encuestados manifestaron no haber tenido una respuesta inmediata por parte de la empresa después de haber realizado su queja. Asimismo 15 de los 15 clientes entrevistados manifestaron haber recibido una notificación inmediata después de haber realizado su reclamo, y sólo 2 de ellos

recibieron como respuesta definitiva las disculpas del caso a través de un correo electrónico.

- **Evaluación de la Queja**

Cineplanet Chiclayo debería evaluar los diferentes criterios que se presentan en las quejas y reclamos de sus clientes, para ello es importante identificar el grado de complejidad de estas, así como las implicaciones que puedan tener y el impacto y/o necesidad que requieran para tomar acciones inmediatas al respecto, sin embargo los colaboradores entrevistados del nivel estratégico manifestaron desconocer completamente estos sucesos debido a que el rol de ellos dentro del proceso del tratamiento de quejas empieza en la recepción de la quejas o reclamos, transferirla a una base de datos y termina en el escaneo de la hoja física donde el cliente coloca su reclamo, para luego su ficha ser enviada a la central de atención de cliente de lima.

Por otra parte los clientes encuestados clasificaron el nivel de complejidad que tuvieron sus quejas, siendo un **56.89%** quienes manifestaron que el nivel de esta fue **intermedia**, dentro de los cuales el **33.77%** manifestó no haber recibido una respuesta inmediata por parte de los colaboradores. Por lo que se obtuvo como resultado que las quejas que son consideradas leves por los propios clientes han tenido mayor prontitud de respuesta por parte de la empresa, que aquellas quejas que han sido graves o intermedias.

- **Investigación de la Queja**

Poner todo el esfuerzo necesario para poder investigar las quejas y los reclamos de los clientes, hace que estos sientan el compromiso por parte de la empresa para tenerlos satisfechos cuando manifiesten algún tipo de incomodidad en sus establecimientos, sin embargo la empresa Cineplanet-Chiclayo no toma en cuenta ello ya que un **58%** de los clientes que fueron encuestados, así como 14 de 14 clientes entrevistados consideran que la empresa No realiza todos los esfuerzos necesarios por investigar e indagar adecuadamente las circunstancias en las que se

llevaron a cabo su queja o reclamos; gran parte de ello se debe a cómo lo manifestaron todos los colaboradores entrevistados de la parte operativa (9 colaboradores), que el nivel estratégico de Cineplanet-Chiclayo, encargados de atender y resolver las quejas y los reclamos de los clientes, no se encuentran 100% comprometidos con la resolución de estas, debido a que muestran su poco interés cuando existe una manifestación de este tipo por parte de los clientes, y por otro lado porque la resolución y seguimiento de estas no son realizada en la sede Chiclayo, lo cual hace que pierdan el interés e ignoren lo que sucedió con el cliente afectado.

- **Respuesta de las Quejas**

El **60.27%** de las quejas realizadas en la empresa Cineplanet- Chiclayo no son respondidas de manera inmediata, a pesar de su grado de complejidad, los clientes sienten que no se les da la importancia necesaria a estas; de la misma manera los 14 de 14 clientes entrevistados manifiestan no haber recibido una pronta respuesta ante su reclamo realizado, habiendo considerado todos que el nivel de complejidad que tuvieron sus reclamos fueron realmente **graves**.

Asimismo se tuvo como resultado que los clientes que realizaron su queja no tuvieron ninguna intención de manifestar ésta en el libro de reclamaciones, por diferentes motivos, dentro de los cuales se encontraron las más comunes: por el tiempo con un **49%**, querer evitar problemas **22%**, y no encontrarse el libro disponible **14%**, con ello se resalta que lo único que los clientes prefieren es evitar registrar su queja de una manera más formal, porque el hacerlo les demandaría mucho tiempo.

- **Comunicación de la Decisión**

El **70%** de los clientes encuestados y todos los clientes entrevistados (15 clientes) manifestaron que no se les comunicó acerca de la decisión que la empresa tomó respecto a sus quejas y reclamos manifestados, sin embargo sólo 2 de los clientes entrevistados indicaron haber recibido un comunicado por parte de la empresa

recibiendo las disculpas por lo sucedido y que se realizaran mejoras para el caso presentado; disculpas que fueron llegadas un tiempo después de haber registrado su reclamo, todo ello por vía correo electrónico.

De ello es deducible que la organización no toma medidas respecto a todas las quejas y reclamos manifestados, ya que realizan una comunicación poco sustentable o deficiente respecto de las decisiones que la empresa toma frente a todos los reclamos presentados y registrados en el libro de reclamaciones; a ello también se le suma que no todos los colaboradores tienen en claro quiénes son los responsables de transmitir estas decisiones y las acciones a tomar para cada caso presentado.

- **Cierre de la Queja**

Un **58.88%** de los clientes que fueron encuestados manifestaron que No aceptaron la acción tomada por la empresa Cineplanet-Chiclayo respecto a su queja, los mismos que suman el porcentaje de clientes que quedaron Totalmente Insatisfechos, Insatisfechos e Indiferentes, esto debido a que no se les comunicó o simplemente no quedaron conforme con la respuesta que se les brindó. Sin embargo de los que **Sí** manifestaron haber aceptado la decisión brindada por la empresa fueron **43.12%** de los clientes encuestados, dentro de los cuales el **34.69%** indicó haber quedado indiferente, insatisfecho o totalmente insatisfecho con la decisión tomada por la empresa; siendo en total **88.57%** clientes que han quedado **inconformes** (indiferentes, insatisfechos, y totalmente insatisfechos) con la solución brindada por la empresa.

Asimismo todos los clientes entrevistados (14 de 14 entrevistados) indicaron haber quedado **disconformes** y nada **satisfechos** con la solución dada por la empresa, y en general con el procedimiento que llevaron a cabo para gestionar su reclamo, ya que tuvieron inconvenientes en el proceso de realizarlo (demora del libro de reclamaciones y hasta la pérdida de tiempo durante este proceso). De tal manera se puede deducir que la empresa Cineplanet- Chiclayo no cumple con dar soluciones

eficientes a cada queja y reclamo manifestado, puesto que se observa la incomodidad e inconformidad con las decisiones y/o soluciones brindadas por la empresa hacia sus clientes involucrados, por lo que al ocurrir esto la empresa debería considerar dar diferentes alternativas de solución a sus clientes, hasta que estos consideren se les dio la solución más justa y adecuada para su reclamo con el fin de que de alguna manera recompense el mal momento que tuvieron que pasar, es ahí donde recién la empresa Cineplanet debe dar por cerrada las quejas o el reclamo.

Cabe resaltar que cada paso a llevar a cabo dentro del proceso del tratamiento de quejas y reclamos se encuentra deficiente y con muchas debilidades, detectando así que Cineplanet no cuenta con un procedimiento establecido y estandarizado de cómo llevar a cabo dicho tratamiento, debido a que el procedimiento llevado a cabo por la empresa Cineplanet-Chiclayo al existir una manifestación de una queja o reclamo es la siguiente.

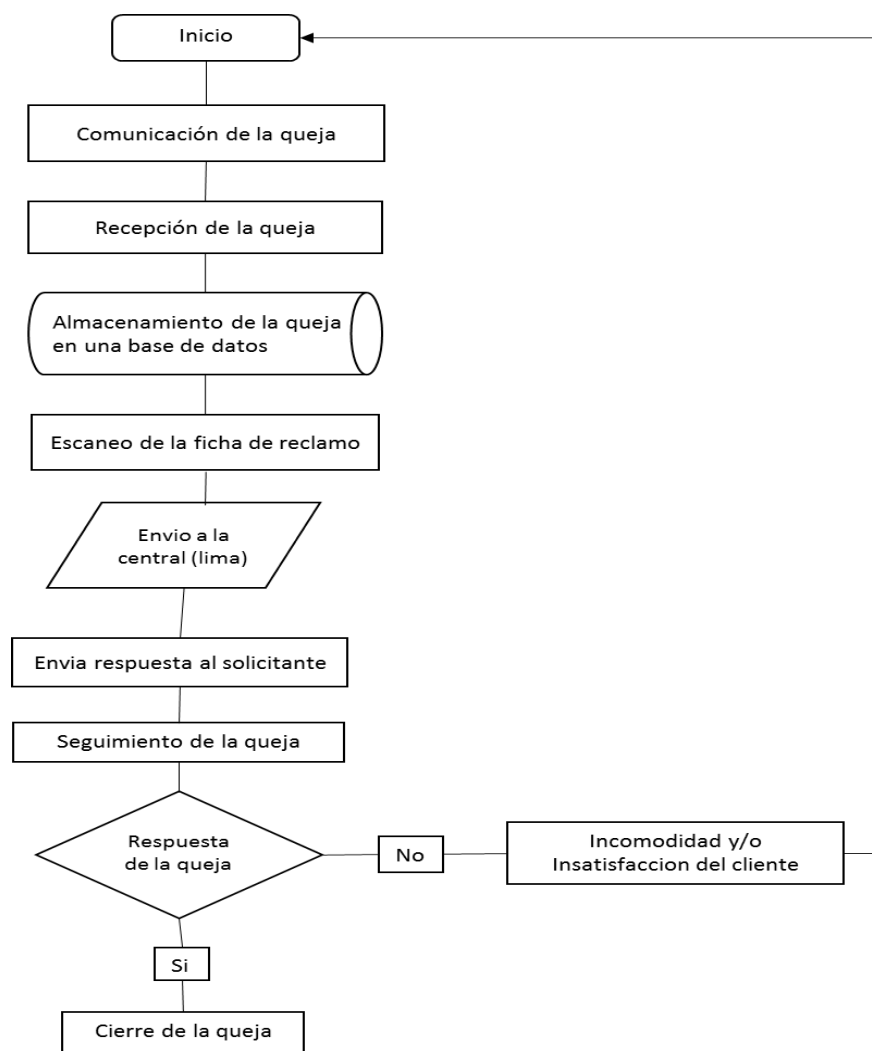


Gráfico 18. Proceso de tratamiento de quejas y reclamos de Cineplanet – Chiclayo

Fuente: Cineplanet-Chiclayo - Elaboración propia

Con este diagrama podemos observar que la empresa Cineplanet Chiclayo realiza una gestión de quejas y reclamos deficiente y muy centralizado, debido a que no cumple con los procedimientos establecidos en el ISO 10002:2004 para llevar adecuadamente la gestión de quejas y reclamos.

4.8. OBJETIVO 5: MANTENIMIENTO Y MEJORA

- Recopilación de Información

Según las entrevistas con los trabajadores tanto del nivel estratégico como operativo de la empresa Cineplanet confirman que no existe ningún tipo de recopilación de información sobre las quejas que se realizan diariamente.

En cuanto a los reclamos, la empresa realiza el registro mediante una base de datos en Excel, pero no cuentan con un registro adecuado de cómo se va llevando a cabo el desempeño y todo el proceso del tratamiento de la queja.

- Análisis y Evaluación de las Quejas y Reclamos

Todos los trabajadores mencionaron que las quejas solamente son evaluadas y analizadas mediante las reuniones mensuales con todo el personal de forma espontánea y oral.

Las jefaturas de Cineplanet (Nivel estratégico) realizan el análisis y evaluación de los reclamos mediante el método del Check List del libro de reclamaciones:

- Verificar que cada caso del libro de reclamaciones esté presente en la base de datos para ser enviados a la central de Cineplanet (Lima).

Es por ello que los colaboradores opinan que este aspecto es determinante para las quejas y/o reclamos, y no se toma el más mínimo esfuerzo por jefaturas mejorar en esos aspectos que continuamente son concurrentes.

Las quejas y/reclamos no son clasificadas ni analizadas en el complejo Chiclayo. Reflejando cierto grado de coherencia con el bajo nivel de mejoras realizadas en los últimos años, más aún los clientes siguen percibiendo continuamente las mismas dificultades en el proceso de atención de quejas y/reclamos:

- Mala atención en el servicio, por actitud errónea de los colaboradores y jefes.
- Ausencia de un jefe inmediato que ayude a la solución del reclamo.
- Demoras en traer el libro de reclamaciones, en general, demoras en todo el proceso.
- Efectividad de respuesta coherente e inmediata de acuerdo a sus reclamos.

Con lo anterior, queda demostrado que no existe un adecuado análisis y evaluación que ayude a eliminar las causas fundamentales de las quejas y reclamos.

- **Satisfacción con el Proceso de Tratamiento de las Quejas y Reclamos**

Se relacionó estadísticas entre la aceptación de la decisión y el nivel de satisfacción de los clientes que habían hecho una queja, las cifras de insatisfacción son alarmantes, como a continuación se detalla:

Tabla 4. Aceptación de la decisión y el nivel de satisfacción de los clientes

| NIVEL DE SATISFACCIÓN | ACEPTACIÓN DE LA DECISIÓN | | TOTAL |
|-----------------------|---------------------------|---------------|----------------|
| | SI | NO | |
| Muy Satisfecho | 2.08% | | 2.08% |
| Satisfecho | 9.35% | | 9.35% |
| Indiferente | 17.92% | 18.18% | 36.10% |
| Insatisfecho | 12.73% | 29.09% | 41.82% |
| Muy Insatisfecho | 1.04% | 9.61% | 10.65% |
| TOTAL | 43.12% | 56.88% | 100.00% |

Del mismo modo, para los clientes se realizaron una queja se relacionó el grado de satisfacción según sus motivos, y los porcentajes de los ítems indiferentes, insatisfecho, y muy insatisfecho suman más del 70% en cada uno de los motivos de quejas (deficientes productos de dulcería, salas inadecuadas, actitud de los empleados, filmes fallados, mala información, y otros).

Tabla 5. Nivel de aceptación motivos de quejas

| NIVEL DE SATISFACCIÓN | MOTIVOS DE QUEJAS | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-------------------|--------------------------|----------------|------------------|---------|
| | PRODUCTOS DE DULCERÍA | SALAS INADECUADAS | ACTITUD DE LOS EMPLEADOS | FILMS FALLADOS | MALA INFORMACION | OTROS |
| Muy Satisfecho | | | 6.61% | | 7.69% | |
| Satisfecho | 16.13% | 7.41% | 6.61% | 20.00% | | |
| Indiferente | 19.35% | 40.74% | 40.50% | 30.00% | 30.77% | |
| Insatisfecho | 54.84% | 44.44% | 36.36% | 40.00% | 53.85% | 36.00% |
| Muy Insatisfecho | 9.68% | 7.41% | 9.92% | 10.00% | 7.69% | 64.00% |
| TOTAL | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |

En general, el 11.43% de personas que se quejaron en Cineplanet se quedaron satisfechos en proceso de tratamiento de quejas.

Por otro lado, 100% de reclamantes quedaron insatisfechos después de haber escrito oficialmente sus reclamos. Sus motivos fueron los siguientes:

- Ausencia de una respuesta instantánea y adecuada.
- Ausencia de recompensas ante fallas del servicio prestado de Cineplanet.
- Falta de compromiso de los trabajadores hacia los clientes.
- Algunos trabajadores omitieron pedir disculpas a los reclamantes.

En su totalidad, los clientes de Cineplanet no están 100% satisfechos con la gestión de quejas y reclamos, es más sienten indiferencia ante sus problemas

Por otro lado, la empresa intenta medir la atención y el servicio que están brindando a sus clientes, a través de un contacto directo con clientes oro, dos veces por año

donde se les pregunta sus incomodidades, molestias, qué servicio adicional desearían y en qué podrían mejorar, sin embargo no realizan acciones con el fin de saber el nivel de satisfacción que tienen sus clientes con respecto a cómo fueron atendidos antes, durante y después de haber llevado a cabo su queja y reclamos (durante todo el proceso).

- **Seguimiento del proceso de tratamiento de las quejas y reclamos**

Los clientes consideran que la empresa no realiza un seguimiento adecuado a sus quejas y/o reclamos por lo siguiente:

- Los responsables no están bien definidos, ya que quien contesta las quejas y reclamos pueden ser el gerente, administrador o sino algún encargado del área.
- No existen objetivos planteados por la alta dirección para el proceso de gestión de quejas y reclamos
- Poca mejora continua, partes poco involucradas consideran los colaboradores.
- No existe un proceso de seguimiento de cada reclamos, en la ciudad de Chiclayo todo está centralizada, el seguimiento lo hacen desde Lima para todas las filiales.
- Las diferentes áreas no toman las acciones correctivas de los reclamos y quejas recurrentes y constantes.
- No se designa a la persona idónea y especializada para el tratamiento de quejas y reclamos en cada filial.
- Los colaboradores no son bien entrenados ni capacitados con respecto al tratamiento de quejas y reclamos.
- La actitud de los colaboradores, es positiva frente a las quejas, de querer hacer lo posible por atenderlas, sin embargo gran problema es la poca

formación que tienen frente a estos temas, y falta de compromiso desde los altos niveles.

- Cero auditorías por parte de la dirección en el tratamiento de quejas, sólo lo realizan y manejan desde la parte central: Lima, pero el personal tiene poco conocimiento cómo se lleva o maneja el seguimiento de estas.
- No tienen en cuenta el tiempo límite que se debe establecer para contestar una queja o reclamo.
- Total insatisfacción por parte de los reclamantes, y que han seguido el procedimiento formal de su queja.

Por lo tanto, las quejas de los clientes no se realizan ningún seguimiento. Sin embargo, para los reclamos se realiza mediante el método simple del Check List y lo hace la gerente de zona cada 15 días. De la misma forma, la sede central realiza un seguimiento y verifica si la solución dada al cliente es la adecuada.

En contraste, el desempeño del proceso de tratamiento de quejas y reclamos no está medido en criterios del tipo y tamaño de Cineplanet, pues sólo utiliza técnicas light.

- **Auditoría del proceso de tratamiento de las quejas y reclamos**

La organización no realiza ningún tipo de auditoría para saber cómo se está llevando a cabo la gestión de quejas y reclamos, el seguimiento, y el monitoreo, solución o disculpas del caso son llevadas desde la central que es Lima.

Cabe resaltar que la empresa Cineplanet desaprovecha una fuente valiosa, auditorías anuales, que introduzcan mejoras organizacionales.

- **Revisión por la dirección del proceso de tratamiento de las Quejas y reclamos**

La empresa Cineplanet no realiza una revisión adecuada y efectiva de su proceso de tratamiento de quejas puesto que no lleva a cabo un buen seguimiento de las quejas y

reclamos desde la ciudad de Chiclayo. Todo es centralizado, no realizan ningún tipo de auditoría, no tienen objetivos, ni políticas definidas y establecidas para el proceso de tratamiento de quejas y reclamos. Por lo que, los gerentes del complejo Chiclayo se encuentran totalmente desligados del tema de revisión del proceso de tratamiento quejas y reclamos.

- **Acciones correctivas del proceso**

La empresa Cineplanet poco es lo que realiza para mejorar continuamente, puesto que no realizan y toman acciones correctivas respecto a las quejas que son repetitivos y constantes las quejas que los clientes tienen sobre el mismo. En los 5 años de operatividad en el mercado chiclayano el proceso de mejora ha sido retrasado por la fuerte dependencia que tiene el complejo Cineplanet Chiclayo con la central de Cineplanet Lima (son los que toman las decisiones en el tratamiento general de quejas y reclamos). A esto se suma, el poco interés que tienen los directivos por introducir mejorar en el servicio a los clientes.

Es poco lo que la empresa hace por mejorar constantemente, debido a que la gestión de quejas y reclamos responde a soluciones del momento mas no son sostenibles en el tiempo, y dejando de lado la planificación.

Tabla 6. Sugerencia de mejoras por Colaboradores y Clientes de Cineplanet-Chiclayo.

| Mejoras Sugeridas por Colaboradores | Mejoras Sugeridas por Clientes |
|--|---|
| Protocolos que les ayuden a resolver una queja y reclamo. | Capacitar y entrenar a su personal para atender adecuadamente y dar facilidades al cliente. |
| Capacitaciones continuas con respecto a estos temas. | Incrementar el número de personal. |
| Descentralización del complejo de Cineplanet-Chiclayo con la central Lima en el área de atención al cliente. | En el área de dulcería, presencia de productos de calidad e incrementar su gama de productos. |

| | |
|--|--|
| | <p>Coherencia entre precio y servicio.</p> <p>Optimizar sus tiempos con respecto a la atención de reclamos.</p> <p>Transparencia en sus promociones y publicidad.</p> <p>Planificación y flexibilidad de reclamos, orientación al cliente.</p> |
|--|--|

Fuente: Colaboradores y Clientes Cineplanet-Chiclayo

Elaboración: Propia

V. PROPUESTA DE MEJORA

La propuesta planteada para la empresa Cineplanet Chiclayo se ha considerado a partir de una matriz de éxito en la que se detalla de lo que la empresa cumple o no cumple según los indicadores manifestados en el ISO 10002.

La propuesta detallada a continuación está basada específicamente la operación del proceso de tratamiento de las quejas del ISO 10002

| N° | INDICADORES | CUMPLE | | | OBSERVACIONES |
|-----|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---|
| | | SI | NO | REGULAR | |
| 1 | Principios de Orientación | | | | |
| 1.1 | Mejora continua | | <input checked="" type="checkbox"/> | | No se ha introducido mejoras en la gestión de quejas y reclamos de Cineplanet en los últimos 3 años, aun se sigue manteniendo el enfoque tradicional del libro de reclamaciones. |
| 1.2 | Visibilidad y Accesibilidad | | <input checked="" type="checkbox"/> | | El reclamante de Cineplanet no tiene visible el libro de Reclamaciones ni información que permita su orientación. Sólo los colaboradores del área de Dulcería tiene en su periódico mural una leve información de cómo resolver una queja o reclamo mediante las siglas EDSA (Escuchar al cliente, Disculparse, Satisfacer, y Agradecer), los del área de servicio no cuentan con estas herramientas. |
| 1.3 | Efectividad de respuesta | | <input checked="" type="checkbox"/> | | En el procesos detectados de atención de una queja es en promedio 10 a 15 minutos, superando el doble al tiempo permitido de 5 minutos para su solución. En el procesos detectados de atención de un reclamo es en promedio 30 minutos, superando el doble al tiempo permitido de 15 minutos para salucionar un reclamo. |
| 1.4 | Objetividad | | | <input checked="" type="checkbox"/> | Los colaboradores en la resolución de quejas y reclamos son objetivos e imparciales. |
| 1.5 | Costos | <input checked="" type="checkbox"/> | | | El acceso al tratamiento de las quejas y reclamos no tiene costos para los clientes. |
| 1.6 | Confidencialidad | | <input checked="" type="checkbox"/> | | Empresa no maneja sus quejas o reclamos de forma confienclal en sus reuniones de evaluación, debido a que la gran mayoría de los trabajadores comentan los sucesos e inconvenientes de las quejas o reclamos entre ellos, e incluso lo exteriorizan fuera de la empresa. |
| 1.7 | Enfoque al cliente | | | <input checked="" type="checkbox"/> | A pesar de que los colaboradores saben en teoría y tratan de ponerlo en práctica que deben estar completamente enfocados hacia el cliente, los que reclaman y se quejan no lo perciben como tal. |
| 2 | Marco de referencia | | | | |
| 2.1 | Compromiso | | <input checked="" type="checkbox"/> | | El personal directivo tanto como operativos de Cineplanet Chiclayo no se encuentra totalmente comprometido con el buen manejo y gestión del tratamiento de quejas y reclamos, y por darle al cliente la satisfacción. |
| 2.3 | Políticas | | <input checked="" type="checkbox"/> | | No tienen políticas directas sobre la gestión de quejas y reclamos. Sólo poseen la políticas de EDSA (Escuchar al cliente, Disculparse, Satisfacer, y Agradecer), pero, tampoco es disponible yconocida por todo el personal. |
| 2.3 | Responsables y autoridades | | <input checked="" type="checkbox"/> | | Cineplanet no tiene un responsables directos del buen manejo de la gestión de quejas y reclamos de Cineplanet. Asimismo, os colaboradores de Cineplanet no tienen claro quien es la persona encargada y responsable de hacer frente ante las quejas y reclamos de los cliente. |
| 3 | Planificación y Diseño | | | | |
| 3.1 | Planificación organizacional | | <input checked="" type="checkbox"/> | | Cineplanet Chiclayo no planifica ni diseña un proceso eficaz y eficiente de tratamiento de las quejas y quejas a fin de aumentar la fidelidad y satisfacción de los clientes. Es decir, no establece objetivos, actividades, y asignación de recursos. |
| 3.2 | Objetivos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 3.3 | Actividades | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 3.4 | Asianación de Recursos | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |

| | | | | |
|----------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 4 | Operación del proceso | | | |
| 4.1 | Comunicación | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 4.2 | Recepción de la queja | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 4.3 | Seguimiento de la queja | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 4.4 | Acuse de recibo de la queja | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 4.5 | Evaluación inicial de la queja | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 4.6 | Investigación de la queja | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 4.7 | Respuesta, Comunicación y cierre de las quejas | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 5 | Mantenimiento y mejora | | | |
| 5.1 | Recopilación de la información | | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5.2 | Análisis y evaluación de las quejas | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 5.3 | Auditoria del proceso | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 5.4 | Seguimiento del proceso | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 5.5 | Satisfacción con el proceso | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 5.6 | Acciones correctivas al proceso | | | <input checked="" type="checkbox"/> |

5.1. PRINCIPIOS DE ORIENTACIÓN

5.1.1. Visibilidad

Se recomienda establecer protocolos que apoyen a corregir este tipo de errores que suelen ser comunes en las prácticas de servicio, además de fortalecer la comunicación entre las áreas involucradas.

- **Protocolos:** Estos protocolos deben ser repartidos a todos los colaboradores en la gestión de quejas y reclamos, donde deben incluir su filosofía de EDSA (Escuchar al cliente, Disculparse, Satisfacer, y Agradecer) debiendo tener en cuenta los siguientes aspectos:
 - Conceptos básicos de la gestión de quejas y reclamos, y resaltar los beneficios que trae para la empresa la resolución de las mismas.
 - Clasificar y registrar las quejas y reclamos más frecuentes y recurrentes en Cineplanet.
 - Procesos que consoliden la relación proveedor y un cliente, se deben incluir prospectivas de alternativas de solución.
 - Incluir una Alerta temprana: “Respuesta temprana”: Establecer pautas que orienten a los colaboradores a dar un respuesta eficiente que satisfaga al cliente.
 - Casos especiales: tips y consejos finales.

El protocolo debe ser explicado de forma didáctica, y concisa. (**Ver anexo 9**)

- **Afiches:** Estas herramientas deben incluir y reforzar la filosofía de **EDSA** y deben estar ubicados en lugares estratégicos de las instalaciones de Cineplanet, con la finalidad de reforzar la atención de los colaboradores ante los clientes.
- **Libro de Reclamaciones:** este libro debe estar visible a los ojos de los clientes, por lo que se debe escoger el lugar adecuado para estar a la disposición inmediata de cualquier cliente que lo requiera. Se sugiere que esté ubicado en el Modulo **CAC** de **ATENCIÓN AL CLIENTE**.

5.1.2. Accesibilidad

Para que Cineplanet Chiclayo mejore este ítem debería tener en cuenta dos aspectos: Material de apoyo (físico) y Personas (R.R.HH).

❖ Material de apoyo

Utilizar medios informativos tanto para el cliente como para los colaboradores de Cineplanet Chiclayo.

- **Cliente:** La empresa debería tener información disponible, documentada y permanente en un afiche de cómo proceder para realizar una queja o reclamo dentro de sus instalaciones.
- **Colaboradores:**
 1. Utilizar herramientas de **periódico mural** y corchos, con el fin de optimizar la información sobre su política de gestión de quejas y reclamos, así mismo utilizar folletos, circulares informativos, o información en soporte electrónico, para que ellos tengan una noción clara de cómo proceder ante una queja o reclamo de un cliente insatisfecho con el servicio que se le está brindando. (**Ver fig. n° 2 y fig. n° 3**).
 2. Cineplanet debe reforzar el EDSA (Escuchar al cliente, Disculparse, Satisfacerlo y Agradecerle), que ellos manejan. Incluyendo nuevos temas, como:
 - Tipos de reclamos y recompensas brindadas.

- Las opciones de solución para el reclamante, incluidos los medios externos.
- Los plazos asociados a las distintas etapas del proceso

Es indispensable que cada colaborador maneje la información descrita en el protocolo (**Ver anexo N° 7**), ya que este contiene los procedimientos al existir una queja o reclamo. Así como información acerca de cómo deben proceder ante una queja o un reclamo.

¿Cómo un colaborador de Cineplanet debe proceder ante una Queja?



1 Adoptar una actitud positiva y con mucha disponibilidad

2 Escuchar al cliente: Dejar que este manifieste su incomodidad y no interrumpirlo.

cineplanet



3 Establecer empatía: Hacer un esfuerzo por ponerse en sus zapatos

4 Disculparse: Ofrecer una disculpa en nombre de la organización.

5 Identificar la complejidad de la queja: Según el motivo de la queja reconocer si es leve, medio.

6 Dar respuesta inmediata: Dependiendo de la complejidad, aplicar según los estándares y políticas de la empresa el tipo de recompensa establecida para dicha queja, en caso lo hubiera.




7 Agradecer: Mostrar gratitud hacia el cliente por la manifestación de su queja, ya que permitirá mejoras y se buscará corregir para que no vuelva ocurrir dicho incidente.

Figura 1. “Pasos para atender una queja”

¿Cómo un proceder ante un Reclamo?

1. **Adoptar una actitud positiva** y con mucha disponibilidad
2. **Escuchar al cliente:** Dejar que este manifieste su incomodidad y no interrumpirlo.
3. **Disculparse:** Ofrecer una disculpa en nombre de la organización.
4. **Recepcionar la queja:** Hacer que el cliente registre el reclamo con toda la información necesaria establecida y debidamente detallada y clara.
5. **Notificar al reclamante:** Una vez emitida el reclamo, se deberá notificar con un max de 24 hrs: vía online o telefónicamente al reclamante para que sepa que su reclamo fue recepcionada.
6. **Evaluar la queja:** Se debe Identificar la severidad del reclamo, es decir reconocer si esta es leve, medio, Grave; el impacto que tuvo el reclamo tanto con el cliente como con la empresa.
7. **Investigar el Reclamo:** Investigar objetivamente las circunstancias en las que se llevó acabo el incidente. Cuando se vea involucrado algún colaborador, dar la opción a éste de dar la versión de los hechos. Manejar siempre la imparcialidad.
8. **Dar respuesta al reclamo:** Dar una solución eficiente y eficaz a los clientes reclamantes, dependiendo de la severidad y complejidad de la queja: - Si es leve: dar una respuestas inmediata. - Medio o Grave: Consignar un tiempo prudente: (no mayor a 30 días) para tomar una decisión y dar una solución eficaz tan pronto como sea posible.
9. **Comunicar la decisión tomada:** Al haber tomado una decisión y encontrado la solución adecuada para el reclamo, comunicarla de manera inmediata tanto al cliente reclamante como al colaborador involucrado en caso lo hubiera para el total conocimiento de estos.
10. **Cerrar el Reclamo:** Dar por cerrado el reclamo, siempre y cuando el reclamante acepte la decisión tomada por la empresa, caso contrario entonces la queja debería permanecer abierta y con un tiempo prudencial manifestar las posibles soluciones que la empresa tiene disponibles (según políticas) y así sea el reclamante quién elija.



cineplanet

Figura 2. “Pasos para atender un reclamo”

❖ Personas (R.R.HH)

Para que el proceso quede claro y fácilmente entendible para la persona que presente una queja o reclamo, se necesita que los empleados estén bien entrenados con respecto a este tema, para ello se propone lo siguiente:

- Desarrollo de talleres para los colaboradores, 3 veces al año, con exponentes expertos en temas de servicio y en la gestión de quejas y reclamos. Se debe incluir la dramatización en la solución de conflictos ante quejas y reclamos.

- Capacitaciones continuas y dinámicas para resolver problemas comunes.

5.1.3. Respuesta diligente

En el protocolo se ha establecido un periodo prudente de resolución en quejas y reclamos de 5 minutos aproximadamente cuando tenga contacto directo con el cliente. También se debe trabajar el concepto de “Alerta temprana” sinónimo “Respuesta temprana”, para incentivar a los colaboradores a dar soluciones acertadas y concretar en el momento de resolver los inconvenientes de los clientes.

Asimismo, todos los clientes que han utilizado el libro de reclamaciones para manifestar sus insatisfacciones, se les debe enviar un correo o llamada durante las 24 horas de emitido el reclamo, lo cual debe incluir los siguientes aspectos:

- Introducción sobre la recepción del reclamo.
- Disculpas previas por los inconvenientes recibidos dentro de las instalaciones de Cineplanet de Chiclayo.
- Manifestar la situación actual de su reclamo, tener en cuenta la veracidad de la empresa (si aún no ha sido aceptado el reclamo, indicar que se encuentra en gestión).
- Agradecer a sus clientes por utilizar este canal para expresar sus disconformidades.
- De ser el caso, se anexa en el correo electrónico o se toma los datos necesarios mediante la llamada telefónica para hacer presente alguna recompensa personalizada (entradas personales o dobles, vales combos de dulcería, etc.) de acuerdo al motivo de reclamo.

5.1.4. Objetividad

a. Objetividad con el cliente.

De acuerdo al protocolo establecido se realizará un proceso para la atención adecuada de quejas y reclamos con las posibles soluciones y parámetros que pueden utilizar los colaboradores y responsables. Esto permitirá que tengan un margen de conocimiento de cómo tratar dichas situaciones con el fin de evitar demasiados subjetivismos y establecer ESTANDARES.

Además, el manejo de este aspecto será más fácil de sobrellevar porque la mayoría de colaboradores tendrá claro las posibles soluciones de los problemas más frecuentes de los clientes. Por lo tanto, se tendrá un cierto grado de objetividad.

b. Objetividad con el personal.

Cuando las quejas y reclamos del cliente involucren a un colaborador, la empresa Cineplanet está obligada a:

- Comunicar y escuchar la versión de su trabajador, dándole la opción de explicar los acontecimientos del incidente.
- El jefe de atención al cliente debe mantener informado al colaborador afecto sobre el progreso en la investigación y el resultado de la queja o reclamo.

5.1.5. Confidencialidad

El proceso de reclamaciones debe mantenerse en un entorno de confidencialidad apropiado. Para ello, se deben establecer **“Juramentos de confiabilidad”**, para frenar la divulgación de cualquier caso de quejas y reclamos que dañe la imagen de la empresa y mantener en absoluta reserva.

5.1.6. Enfoque al cliente

Cineplanet es una empresa de servicio, donde sus colaboradores son la mejor carta de presentación para poder resolver sus quejas y reclamos de la forma más idónea. Por ello, se sugiere elaborar un **perfil del colaborador de Cineplanet orientado al cliente**, el cual servirá de guía para seleccionar, contratar y

mantener a todo su personal independientemente del cargo que desempeñan, se debe considerar los siguientes aspectos:

- **Conocimientos:** Conocimientos de la empresa Cineplanet y conocimientos básicos de administración de servicios y afines, conocimientos del cargo a ocupar específico.
- **Habilidades:** presencia de habilidades psicosociales (Autoconocimiento, empatía, comunicación asertiva, relaciones interpersonales, pro-actividad, solución de problemas y conflictos, pensamiento crítico y creativo, manejo de emociones y sentimientos, canalización de tensiones y estrés)
- **Actitudes:** Actitud de compromiso con el buen desempeño (asistencias, tardanzas, eficiencia, eficacia), compromiso en brindar un servicio de calidad a los clientes, actitud de ética y valores.

5.2.MARCO DE REFERENCIA PARA EL TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS

5.2.1. Compromiso

Cineplanet debería estar activamente comprometida con el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes. Su compromiso, implica:

a. Nivel estratégico :

- **Alta dirección: Sede central Lima** El compromiso de la dirección debería demostrarse con la adecuada provisión de los recursos (folletos, protocolo, sistema de efectivo de registro de quejas y reclamos) hacia las demás sedes, incluida la formación del personal de Jefaturas y entrenadores de cada sede sobre una adecuada gestión de quejas y reclamos, a través de capacitaciones y talleres.

b. Nivel Táctico:

- **Sede Chiclayo:** Este compromiso se debería reflejar en la adopción, divulgación y monitoreo de la política y los procedimientos que previamente han sido realizados por la alta dirección, para la resolución de las quejas y reclamos mediante el ISO 10002 a sus colaboradores del nivel operativo.

c. Nivel Operativo:

- **Colaborares internos:** El compromiso debe estar reflejado en que el cliente que ha hecho una queja o reclamo perciba que le han dado una solución efectiva. Para ello se necesita el 100% de actitud de los colaboradores de contacto con el cliente para desarrollar empatía, asertividad y afinidad. Es decir, deben ser creativos para convertir el problema del cliente en una solución y oportunidad de mejora continua de la empresa.

5.2.2. Política, Responsabilidad y Autoridad

La política debería estar disponible y ser conocida por todo el personal mediante folletos, y protocolo, por lo que su política es la siguiente:

“Con el fin de mantener un alto nivel de servicio a nuestros clientes, CINEPLANET-CHICLAYO tiene como norma brindar un servicio de calidad. Sin embargo, si usted considera que el servicio prestado no satisface sus requerimientos puede formular sus quejas y reclamos a través del personal encargado de su atención y la solución será inmediata o lo máximo que puede durar es 24 horas para tener una respuesta”.

| Política | Nivel | Responsable | Funciones | Objetivos | Compromiso |
|---|--|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - La política de gestión de las reclamaciones en Cineplanet, se inserta en el ámbito más profundo de la calidad del servicio que esta empresa ofrece a todos sus clientes y otras partes interesadas. - Se ha implementado un sistema de gestión de quejas y reclamos (SGQR) de acuerdo a la adaptación del ISO 10002: 2004 bajo el Código de Protección y defensa del consumidor (Decreto Supremo N° 042-2011-PCM) | E S T R A T É G I C O | Relaciona directamente con la Sede Central Lima: *Alta dirección. *GTH-Atención al cliente Central. | <ul style="list-style-type: none"> - Realizar la planificación de la gestión de quejas y reclamos. - Establecer políticas y objetivos para el tratamiento de las quejas y reclamos. - Realizar materiales de apoyo que contengan los procesos y protocolos acerca de cómo tratar y llevar a cabo las quejas y reclamos de los clientes: (afiches folletos, revistas informativas) para los colaboradores. - Proporcionar los recursos tanto físicos como humanos (capacitaciones) para Gerente de complejos, Jefaturas, entrenadores. | <ul style="list-style-type: none"> - Investigar, identificar y aplicar las mejores prácticas en el tratamiento de las quejas. - Promover la innovación en el desarrollo del tratamiento de las quejas y reclamos mediante el ISO 10002. - Fomentar y consolidar una visión de enfoque al cliente dentro de la organización. - Desarrollar un plan | El compromiso de la dirección debería demostrarse con la adecuada provisión de los recursos (folletos, protocolo, sistema de efectivo de registro de quejas y reclamos) hacia las |

| | | | | | |
|--|----------|----------------------------|--|-------------------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Mantiene su esencia en las directrices del EDSA. - Los principios básicos inherentes a la política de SGQR derivan de los valores fundamentales en la relación entre Cineplanet y sus Clientes, plasmados ya en nuestra política de calidad, ellos son las DIRECTRICES DEL EDSA. - Cineplanet asume el compromiso del reconocimiento de los derechos de los consumidores y del personal. | | | <ul style="list-style-type: none"> - Asignar y definir claramente a los responsables y encargados de llevar acabo la gestión de quejas y reclamos en cada complejo. - Monitorear las incidencias dadas en cada complejo, con supervisiones mensuales para conocer el estado de cada reclamo. - Realizar de manera periódica auditorías para revisar el cumplimiento eficaz y eficiente del proceso de las quejas y reclamos | estratégico basado en el ISO 10002. | demás sedes, incluida la formación del personal de Jefaturas y entrenadores de cada sede sobre una adecuada gestión de quejas y reclamos, a través de capacitaciones y talleres. |
| <ul style="list-style-type: none"> - En virtud de la legislación | T | Relaciona directamente con | - Asegurarse de que se implementa el proceso de | - Comunicar y consolidar las nuevas | Este compromiso |

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
| <p>vigente, se garantiza la confidencialidad de los datos personales de las personas involucradas en el procedimiento de una queja o reclamo.</p> <p>- La empresa garantiza la “cultura de imparcialidad” de los procesos de gestión de quejas y reclamos con los usuarios, protegiéndolo contra un injusto tratamiento. Asegurará que el personal sea estimulado a sobreponer todos sus perjuicios personales en el trato con los clientes y a tener una actitud comprensiva hacia</p> | <p>Á C T I C O</p> | <p>la Sede Chiclayo:</p> <p>*Gerente de Complejo Chiclayo.</p> <p>*Asistente Administrativa.</p> <p>*Jefaturas (Dulcería, Servicio y Proyección).</p> <p>*Entrenadores.</p> | <p>tratamiento de las quejas y Reclamos.</p> <p>- Mantener contacto con el representante de la dirección para el proceso de tratamiento de quejas y reclamos.</p> <p>- Asegurarse de promover la toma de conciencia sobre el proceso de tratamiento de las quejas y la necesidad del enfoque al cliente a través de la organización.</p> <p>- Asegurarse de que la información acerca del proceso de tratamiento de las quejas es fácilmente accesible.</p> <p>- Informar sobre acciones y decisiones con respecto al tratamiento de las quejas y reclamos.</p> | <p>prácticas de la gestión de quejas y reclamos.</p> <p>- Monitoreo y control continuo del SGQR.</p> <p>- Implementar mejoras en la gestión de quejas y reclamos según la realidad de la sede Chiclayo.</p> | <p>se debería reflejar en la adopción, divulgación y monitoreo de la política y los procedimientos que previamente han sido realizados por la alta dirección, para la resolución de las quejas y reclamos</p> |
|---|---|--|---|---|---|

| | | | | | |
|---|--|---|---|----------------------|---|
| <p>sus problemas.</p> <p>- La totalidad de las reclamaciones recibidas, están sujetas a un análisis periódico, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y de garantizar que los principios se respetan, que las causas son identificadas y tenidas en cuenta en la operacionalidad de la empresa.</p> | | <p>Se sugiere que la empresa Cineplanet inserte una nueva jefatura de atención al cliente. Esta jefatura será la</p> | <p>- Asegurarse de que se tiene en cuenta y se registra el seguimiento del proceso de tratamiento de las quejas y reclamos.</p> <p>- Asegurarse de que se toman acciones para corregir un problema y prevenir su ocurrencia en el futuro, y asegurarse de que el suceso se registra.</p> <p>- Asegurarse de que la información del tratamiento de las quejas y reclamos está disponible para la revisión por la alta dirección.</p> <p>- Establecer un proceso de seguimiento del desempeño, evaluación y comunicación.</p> | <p>- Monitorear,</p> | <p>mediante el ISO 10002 a sus colaboradores del nivel operativo.</p> |
|---|--|---|---|----------------------|---|

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|---|
| | | <p>responsable directo del buen manejo de la gestión de las quejas y los reclamos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Informar a la alta dirección sobre el proceso de tratamiento de las quejas y reclamos, con recomendaciones para la mejora. - Mantener la operación del proceso de tratamiento de las quejas y reclamos, incluyendo la formación apropiada del personal, los requisitos tecnológicos, la documentación, la fijación y el cumplimiento de los tiempos límites, los objetivos y otros requisitos y del proceso de revisión. | <p>direccionar y controlar la adecuada gestión de quejas y reclamos de Cineplanet Chiclayo.</p> | <p>La jefatura de atención al cliente tiene que estar totalmente comprometida con el manejo eficaz de la gestión de quejas y reclamos de Cineplanet Chiclayo.</p> |
|--|--|--|---|---|---|

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|---|
| | O P E R A T I V O | <p>Todo el personal de contacto con los clientes.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Recibir formación en el tratamiento de las quejas y reclamos. - Cumplir con cualquier requisito para la comunicación del tratamiento de las quejas y reclamos que determine la organización. - Tratar cortésmente a los clientes y responder rápidamente a sus quejas y reclamos. - Remitirlos a los individuos adecuados según sea el caso. - Demostrar buenas habilidades interpersonales y de comunicación. | <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar una respuesta inmediata a los clientes con inconvenientes en un promedio de 5 minutos. - Entablar una relación cordial con el cliente que se ha quejado o ha reclamado. - Informar al nivel táctico de todos los casos de los clientes reclamantes. - Convencer al cliente de que su queja o reclamo ha sido solucionado. | <p>El compromiso debe estar reflejado en que el cliente que ha hecho una queja o reclamo perciba que le han dado una solución efectiva. Para ello se necesita el 100% de actitud de los colaboradores</p> |
|--|--|--|--|---|---|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | de contacto con el cliente para desarrollar empatía, asertividad y afinidad. Es decir, deben ser creativos para convertir el problema del cliente en una solución y oportunidad de mejora continua de la empresa. |
|--|--|--|--|--|---|

5.3. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO

| OBJETIVO GENERAL: Realizar una eficiente y eficaz gestión de las quejas y reclamos, convirtiéndose en un motor de cambio para el mejoramiento continuo del servicio que brinda a sus clientes. | | | |
|---|---|---|--|
| TIEMPO | OBJETIVOS | ACTIVIDADES | RECURSOS |
| CORTO PLAZO | - Definir procesos, políticas, procedimientos para la atención oportuna de las quejas y reclamos de los usuarios. | <ul style="list-style-type: none"> - Reunión de los altos directivos de Cineplanet para establecer cambios en el manejo de la gestión de quejas y reclamos hacia una nueva visión del ISO 10002. - Desarrollar un Plan de acción de la gestión de quejas y reclamos basado en el ISO 10002, debe contener los siguientes documentos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Protocolos sobre la gestión de quejas y reclamos. ▪ Afiches para su cliente y trabajador que contengan los procedimientos para llevar a cabo una queja o reclamo. - Programar una reunión entre los altos directivos (Sede Central) con la gerencia de la sede Chiclayo para comunicar el nuevo manejo de la gestión de quejas y reclamos. - Capacitación y entretenimiento a la gerencia de la Sede Chiclayo sobre la gestión de quejas y reclamos (se programa tres sesiones de 2 horas aprox.). | <ul style="list-style-type: none"> - Manuales de atención al cliente: Protocolos. Que tengan contenido atención al cliente, y de cómo actuar y reaccionar frente a quejas y reclamos de los clientes, estos deberán ser proporcionados a todos los colaboradores al iniciar su relación laboral con la empresa. - Afiches informativos en 1/2 A4: Información relevante sobre los procedimientos de cómo llevar a cabo una queja y reclamo, entregados a los clientes (ver figura N° 5) y cómo proceder y/o atender una queja o reclamo para los colaboradores (ver figura N°3 y N° 4) |

| | | | |
|----------------------|--|--|--|
| MEDIANO PLAZO | <ul style="list-style-type: none"> - Generar conocimiento y compromiso en los colaboradores sobre cómo proceder ante una queja o reclamo. | <ul style="list-style-type: none"> - La gerencia de la Sede Chiclayo mediante el proceso de selección e inducción entrenará a la persona responsable de la jefatura de atención al cliente. - Programar 3 sesiones para capacitar a todo el personal de la Sede Cineplanet Chiclayo en la nueva forma de gestionar las quejas y reclamos. - Programar 3 talleres didácticos para reforzar temas de atención al cliente (ahondando en temas de reclamos y quejas) a todo el personal de la Sede Chiclayo. | <ul style="list-style-type: none"> - Afiches informativos en A3: Información que contenga la esencia de nueva política de gestión de quejas y reclamos, debidamente colocados en los periódicos murales y/o corchos de la empresa. |
| LARGO | <ul style="list-style-type: none"> - Actuar y canalizar de manera oportuna las quejas y reclamos de los clientes para proyectar una imagen positiva como empresa. | <ul style="list-style-type: none"> - Implementar las nuevas prácticas en la gestión de quejas y reclamos para que sean percibidas por el cliente. - La jefatura de atención al cliente tiene que Evaluar continuamente el desenvolvimiento de los colaboradores frente a una queja o reclamo de un cliente. - La jefatura de atención enviará informes previamente revisados por la gerencia de la sede Chiclayo a la Sede Central Lima: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informes diarios sobre los reclamos (formal) y sus soluciones. ▪ Informes quincenales sobre la gestión de quejas y reclamos, que contengan estadísticas que respondan a los objetivos planteados y | <ul style="list-style-type: none"> - Periódico mural y/o corcho: Son herramientas esenciales para exponer públicamente información sobre las nuevas prácticas y políticas de la gestión de quejas y reclamos. - Infraestructura para la jefatura de atención al cliente: como parte de ítems de visibilidad se debe considerar con urgencia un aparador y un letrero visible para el libro de reclamaciones, útiles de escritorio, e inmuebles, otros. |

| | | | |
|--------------|--|--|--|
| PLAZO | | <p>recomendaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medidas de retroalimentación mediante reuniones mensuales de 45 minutos aprox. con todo el personal de la Sede Chiclayo para seguir en el proceso de mejora continua. Al mismo tiempo, establecer encuestas mensuales a sus clientes que se han quejado o han reclamado para conocer su opinión y su percepción del servicio. - Desarrollo de talleres para los colaboradores, 3 veces al año, con exponentes expertos en temas de servicio y en la gestión de quejas y reclamos. Se debe incluir la dramatización en la solución de conflictos ante quejas y reclamos. | <ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos: “Ponentes y capacitadores especialistas”. Con finalidad difundir las nuevas prácticas en la gestión de quejas y reclamos, y tener personal más entrenado, es necesario contratar ponentes especialistas para que desarrollen talleres didácticos. - Material para los talleres. Se necesitará de papel, lapiceros, etc. Y todo lo que sea necesario para llevar a cabo un buen taller. - Hoja de Control /Lista de chequeos. Para la evaluación del desempeño continuo de los colaboradores para saber cuán preparados están para atender y resolver quejas. - Imprevistos: por otros gastos adicionales y circunstanciales se debe considerar este aspecto. |
|--------------|--|--|--|

5.4. OPERACIÓN DEL PROCESO.

5.4.1. Comunicación

Cineplanet Chiclayo debería consignar dentro de su establecimiento afiches informativos de cómo, dónde y a través de qué medio el cliente puede manifestar su reclamo, con la finalidad que esté informado y tenga conocimiento cuando suscite cualquier eventualidad de incomodidad o insatisfacción.

¿Cómo realizar un reclamo?

Estimado Cliente para Cineplanet- Chiclayo cada **reclamo es sinónimo de Mejora** para entregar el **MEJOR SERVICIO**.

- El Reclamo puede ser presentado a través de tres canales: **On-line, Telefónico, Presencial**.
- Tendrá una **respuesta inmediata** como máximo en 24 horas de forma directa, telefónica o por correo.

Procedimiento en Canal Presencial

1. Acercarse al modulo CAC y pedir comunicarse con directamente con el feje atención al cliente.
2. Se le entregara el libro de reclamaciones.
3. Llenar correctamente todos los datos de la solicitud del reclamo.

Procedimiento en Canal ON-LINE

1. Ingresar a <https://www.cineplanet.com.pe/libro-de-reclamos.php>
2. Llenar correctamente todos los datos de la solicitud del reclamo.

Procedimiento en Canal TELEFONICO

1. Llamar a la línea de atención al cliente: (074) 603400
2. Inmediatamente lo atenderá un Colaborador de Cineplanet para atender su reclamo.

Figura 3. “Cómo debe realizar un reclamo el cliente de Cineplanet”

Fuente: Cineplanet-Chiclayo

Elaboración: Propia.

5.4.2. Recepción de queja o reclamo

- **Recepción de la Queja:** Esta debe ser recepcionada solo de manera verbal hacia el personal de cualquier área de la empresa: Colaboradores, Jefaturas, Gerencia; sin embargo el personal encargado de la atención de quejas y reclamos (deberá consignar las quejas que con mayor frecuencia se den en la empresa, para llevar un sondeo de ellas.)
- **Recepción del Reclamo:** El registro del reclamo inicial deberá contener información necesaria para el eficaz tratamiento de las quejas, este registro debe tener un formato necesario en donde se puedan plasmar la descripción de la queja junto con los datos de apoyo pertinentes, de igual forma debe de estar descrita la solución solicitada.

Esta debe ser recepcionada únicamente por el personal responsable de las quejas y reclamos: Jefe de atención al cliente, Gerente o Asistente administrativo.

- **Recepción vía Online:** el cliente deberá entrar a la página web: www.Cineplanet.com.pe entrar a la opción contáctanos y libro de reclamaciones, y proceder a llenar sus datos en la ficha que se muestra.
- **Recepción Vía Telefónica:** Cada complejo deberá tener una línea telefónica en la que el cliente pueda manifestar su reclamo, al hacer el reclamante uso de esta vía será el responsable quien deberá recepcionar la información descrita en la ficha de reclamo y proceder a llenarla.
- **Recepción Presencial:** Se deberá mostrar el libro de reclamos al cliente, indicándole cómo será la manera en que debe de llenar la ficha o solicitud de reclamo

Una vez recepcionada dicha ficha ya sea cualquiera de sus modalidades que haya sido manifestada el reclamo el responsable de la gestión de quejas y reclamos deberá proceder a realizar los siguientes pasos:

1. Posteriormente ya llenada la ficha, el responsable que atendió la queja deberá analizar: la gravedad del reclamo y la viabilidad de la solución propuesta por el reclamante, manifestar la acción inmediata tomada (si hay alguna).
2. En caso el reclamo requiera ser analizado con mayor profundidad, éste deberá comunicar el plazo máximo en que se le estará dando respuesta al cliente reclamante (máx. 30 días).
3. El encargado de la Gestión de las quejas y los reclamos: Jefe de atención al cliente deberá registrar la queja junto con toda la información referente a la misma en una base de datos.
4. Posteriormente enviar dicha ficha a la Atención al cliente de lima, para constar los reclamos recibidos y permitir así que se realice el monitoreo desde la central para asegurar el cumplimiento de éstas en cada complejo;
5. Apoyados de una base de datos el responsable de la recepción deberá registrar la queja junto con toda la información referente a la misma. Este tendrá la obligación de colocarle a cada Queja un código único de identificación que permitirá poder llevar un control de todas las quejas que sean emitidas. La codificación se podría realizar de la siguiente manera:
 - Los cuatro primeros dígitos corresponden al año en que es emitida la queja. Ej.: 2014
 - Los dos siguientes dígitos, al mes en que es emitida la queja. Ej.: 201407
 - Los tres siguientes dígitos corresponden al correlativo de reclamos recibidos durante ese mes. Ej.: 20140750.

4.5.3. Seguimiento de la queja o reclamo

Para que se lleve un manejo adecuado del seguimiento de las quejas y reclamos deberá ser descentralizado, teniendo todo el control y autonomía la empresa Cineplanet, sede de Chiclayo, para que monitoree de forma personalizada a cada reclamante.

Para ello, el seguimiento de las quejas y reclamos será responsabilidad del jefe de atención al cliente de Cineplanet Chiclayo quien deberá manejar una base de datos que permita conocer el estado en el que se encuentra el reclamo para tomar acciones inmediatas e informar adecuadamente al reclamante cuando lo solicite.

4.5.4. Acuse de recibo de la queja o reclamo

La recepción de cada queja debería ser notificada inmediatamente al reclamante, por lo que se deben centrar en dos medios personalizados para responder a sus clientes:

- Telefónicamente:
- Correo postal o electrónico.

4.5.5. Evaluación inicial de la queja

Después de recibida cada queja debería evaluar:

1. El nivel de severidad de la queja es decir clasificarlas, según rango de importancia: **leve, medio o grave.**
 - **Grado de complejidad Leve:** Como complejidad leve se pueden incluir a todas las quejas, ya que su incidencia de estas no tiene mayor repercusión (Verbal) y deben ser atendidas de manera inmediata.
 - **Grado de complejidad Media:** Pueden clasificarse como complejidad medias aquellas quejas y reclamos que incurran en faltas con el estado del complejo y/o productos.

- **Grado de complejidad Grave:** Se considerara grave aquellos reclamos que afecten directamente la integridad y/o causen algún daño perjudicial económico o moral a los clientes.
2. Asimismo, establecer qué grado de complejidad tiene cada una de estas, para poder saber de qué situación es en la que se encuentran.
 3. Considerar y tomar precaución del impacto que cada queja o reclamo y la solución que se le dé tendrá con la actitud del cliente, y la lealtad de éste, así como la repercusión que tendrá frente a los demás clientes.

4.5.6. Investigación de la queja

Revisar las quejas o reclamos y buscar los motivos por los cuales se suscitaron la incomodidad o molestia del cliente esto podría llevarse a cabo:

- **Primero** en el primer contacto con el cliente, en la comunicación de su queja, establecer que detalle: personas, objetos, productos, involucrados; actitudes poco respetuosas, incómodas acciones de la empresa.
- **Segundo** contactar con el personal que atendió al cliente, con el cual tuvo inconvenientes o problemas o en este caso con quien este hizo su primer contacto para quejarse, para poder conocer la situación de los hechos.
- **Tercero** analizar cautelosamente y con objetividad cada queja o reclamo realizado, para detectar la frecuencia de ocurrencia con el que constantemente se da, y así poder tomar las acciones correctivas inmediatamente.

4.5.7. Respuesta de la queja

Para que la empresa Cineplanet pueda dar respuesta a las quejas o reclamos, deberá primero establecer políticas respecto a la gestión de quejas y reclamos,

que ponga de manifiesto lo que se puede dar o hacer como medio compensatorio para el cliente, esto como medida de recompensa por el mal momento o por la mala experiencia que tuvo que pasar el cliente ya sea por el servicio en sí o el producto que pudo haber adquirido.

En este caso puede aplicarlo según la clasificación que se le dé a las quejas o reclamo; es decir, ya sea leve, media, grave; a partir de ello se podría establecer los siguientes medios como respuesta a su queja o reclamo:

Tabla 7. Clasificación de los Motivos más frecuentes de las quejas y reclamos.

| GRADO DE COMPLEJIDAD | MOTIVOS | SUB-MOTIVOS | SOLUCIONES | RESPONSABLES |
|-------------------------------|----------------------------|---|--|---|
| GRAVE | Actitud de los empleados | Trato poco amable | *Entrada/combos gratis | Gerente General/ Asistente de gerencia y Jefe de atención al cliente. |
| | | Falta de iniciativa y compromiso | *Dar las Disculpas del caso | |
| | Mala Información | Venta de tickets a películas <14 años | *Vale por combo personal y/o familiar | |
| | | Publicidad engañosa de promociones | | |
| | | Inf. Incorrecta de Bauchers | | |
| | Productos de dulcería | Bebidas en mal estado/con mucho gas | *Reposición de la bebida | |
| | | Pedidos incorrectos | *Cambio inmediato del pedido | |
| Niños en películas de Adultos | --- | * Retirar a los niños de la sala y rehubicarlos | | |
| MEDIO | Fallas en los films | Caida de películas | *Accion inmedita del arreglo de la película en caso estar recién empezando *Si existe demora en la caída de la película, reponerles los boletos | Colaboradores, entrenadores y jefaturas |
| | | Salas Inadecuadas | Salas sucias | |
| | Asientos y pisos pegajosos | | | |
| | Aire acondicionado | | * Regular los aires acondicionados en cada función | |
| LEVE | Demoras en la Atención | Demora de Deliberys | * Brindar disculpas del caso y acortar los tiempos de entrega (Delivery) y espera (Boletería) | |
| | | Demora de las colas | | |
| | Otros | Entrega de tickets equivocados | * Realizar Cambio de función | |
| | | Falta de formas de pago | *Comunicar que por políticas de la empresa, solo se trabaja con efectivo | |
| | | Lentes deteriorados | *Reponer al cliente otros lentes | |

Fuente: Encuesta y Entrevistas

Elaboración Propia.

Una vez aplicado algún tipo de compensación a los clientes afectados, tratar y buscar en lo posible remediar el problema y prevenir para que no ocurra en el futuro otro episodio igual al anterior, para ello se deberá:

- Si es por el servicio; tomar acción inmediata informando y hablando con el personal involucrado frente a su actitud manifestada y percibida por el cliente con la finalidad que este rectifique su actitud, así mismo capacitarlo más, para que tenga mayor noción de cómo actuar frente a esas situaciones.
- Si es por el producto; revisar constantemente los productos al momento de recibirlos del proveedor y al despacharlos, o en caso mayores de estar fallido algún producto cambiar inmediatamente proveedores.
- Divulgar e informar a los colaboradores acerca de las quejas o reclamos que se han recibido durante el mes, en las reuniones mensuales que se llevan a cabo, para hacerlos partícipes buscar soluciones y así prevenir situaciones repetitivas.

4.5.8. Comunicación de la decisión

En este caso la empresa Cineplanet debe tener en cuenta y muy en claro los plazos máximos y establecidos para dar respuesta a una queja y reclamo. Consideradas las medidas según INDECOPI estas no deben pasar de los 30 días, por lo que en lo posible comunicar la solución dada al cliente. Para ellos se puede:

- Establecer plazos limites en cada reclamo recibido el día de su recepción siempre y cuando se traten de grado medio o complejo en los que se tenga que tomar un tiempo por la magnitud de estas para dar respuestas
- Tener en su registro de base de datos las fechas establecidas de las quejas a dar solución y con ello los responsables monitorear constantemente mediante el seguimiento.

4.5.9. Cierre de la queja

Se deberá dar paso al cierre de la queja una vez que se haya dado la comunicación al cliente acerca de las acciones tomadas por la empresa respecto a sus quejas, para ello la empresa Cineplanet Chiclayo debería clasificarlas, según como se encuentren: cerrada, en proceso, abierta.

Si el cliente acepta la decisión: Realizar la acción tomada por la empresa y Registrarla como cerrada.

Si el cliente no acepta la decisión: En este caso considerar la queja como abierta, y manifestarle al cliente las alternativas posibles y disponibles que pueden aplicarse en su reclamo.

5.5.MANTENIMIENTO MEJORA

| INDICADOR | ACCIONES | RESULTADOS |
|---|--|--|
| RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN | <p>Realizar reuniones en las que los colaboradores manifiesten:</p> <p>*Las quejas más frecuentes con las que tuvieron que lidiar.</p> <p>*Las dificultades que tuvieron al atender o tratar con dichas quejas.</p> <p>Revisar periódicamente el libro de reclamos</p> <p>Realizar encuestas a los</p> | <p>Se conocerá:</p> <p>Número de reclamos recibidos</p> <p>Total de casos atendidos, tiempo de tramitación de beneficios, tiempo de espera en oficinas de atención al público o de respuesta ante oficios, llamadas o reclamos recibidos por parte de los usuarios.</p> <p>Se podrá sondear cantidad y frecuencia de reclamos.</p> |

| INDICADOR | ACCIONES | RESULTADOS |
|--|---|--|
| | clientes, para conocer como trataron sus quejas o reclamos. | |
| ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA QUEJA | <p>Cada reclamo o queja debería ser clasificada según su intensidad: como ya se mencionó, dentro de la operación de proceso, deberá evaluarse si es leve, medio o grave y aplicar acciones correctivas. Ver fig. n° 6.</p> <p>Una vez clasificada, deberá tomarse el tiempo de analizar cada queja o reclamo que ha ingresado y darle la importancia correspondiente e identificar los siguientes aspectos:</p> <p>Motivo del reclamo</p> <p>Área en la que se llevó a cabo</p> <p>Circunstancias en la que se dio</p> <p>Horario en que suscitó el reclamo, para identificar si se dio en horas punta de la empresa.</p> <p>Personas involucradas</p> | <p>Permitirá detectar el problema de raíz, y frenar las distorsiones que se den dentro del proceso y tratamiento de la queja y/o reclamos.</p> <p>Encontrar las quejas y los reclamos más frecuentes.</p> <p>Conocer principales causa, que ocasionan la inconformidad del cliente dentro de todo el proceso de las quejas y reclamos.</p> <p>Satisfacción</p> |

| INDICADOR | ACCIONES | RESULTADOS |
|---|--|---|
| SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS | <p>Realizar un Check list al planeamiento realizado.</p> <p>Realizar encuestas periódicas al personal.</p> <p>Realizar evaluaciones a los colaboradores sobre temas de atención al cliente: servicio, y tratamiento de quejas y reclamos.</p> <p>Levantar información de primera mano, es decir realizar entrevista y/o encuestas periódicamente a los clientes afectados para saber cuál es su percepción de cómo fueron tratados, cómo llevaron a cabo la recepción y el desarrollo de su queja o reclamo y cuál es su grado de satisfacción.</p> <p>Cuantificar las quejas y reclamos recibidos por mes y año.</p> <p>Sacar la proporción de quejas y/o reclamos atendidos al mes y año, la proporción de los que no han sido atendidos, y de los que fueron atendidos fuera de tiempo.</p> | <p>Se conocerá la percepción del compromiso y del cumplimiento de las obligaciones por parte de la alta dirección.</p> <p>Se tendrá la proporción de los colaboradores capacitados y no capacitados para atender y resolver quejas y reclamos.</p> <p>Se podrá conocer el porcentaje de la satisfacción e insatisfacción de los clientes involucrados con el tratamiento de queja y reclamos.</p> |

| INDICADOR | ACCIONES | RESULTADOS |
|-------------------|--|--|
| | <p>Conocer el tiempo de respuesta utilizados para cada una de las quejas y/o reclamos, para identificar cuellos de botella y establecer estándares de tiempo.</p> <p>Identificar las quejas y reclamos más frecuentes</p> <p>Conocer la cantidad de mejoras que se ha realizado con respecto a las quejas y reclamos manifestados.</p> | |
| AUDITORÍAS | <p>Programar al comienzo de cada año las auditorías correspondientes por lo menos dos veces por año, con personal externo y especializada con el fin de tener información más objetiva acerca de cómo se está llevando a cabo la gestión de las quejas y reclamos en Cineplanet Chiclayo.</p> | <p>Asegurar el buen desempeño y adecuada gestión de las Quejas y reclamos.</p> <p>Conocer si los procedimientos del tratamiento de Quejas y Reclamos se están llevando eficazmente.</p> <p>Proporción de Información confiable acerca de la Gestión realizada para la correcta toma de decisiones.</p> <p>Detectar errores dentro del proceso de tratamiento de las Q y R.</p> |

| INDICADOR | ACCIONES | RESULTADOS |
|--|--|--|
| | | Existirá la confianza por parte de involucrados clientes (reclamantes y quejantes) y colaboradores. |
| REVISIÓN DE LA DIRECCIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS | <p>La alta dirección debería realizar un análisis completo de la información levantada y hecha en el seguimiento, así debería:</p> <p>Analizar resultados de las auditorías levantadas.</p> <p>Analizar las encuestas y/o entrevistas realizadas a los colaboradores y clientes.</p> <p>Analizar las evaluaciones hechas a los colaboradores.</p> <p>Análisis del check list realizado a la gestión de quejas y reclamos</p> <p>Comparar los resultados obtenidos en la gestión de quejas y reclamos con los objetivos planteados al inicio.</p> <p>Verificar si se está llevando a cabo el cumplimiento de las políticas planteadas.</p> <p>Plantear acciones correctivas</p> | <p>Saber las expectativas de los reclamantes y Quejantes.</p> <p>Conocer el impacto y el alcance de la gestión llevada por la empresa en lo clientes (reclamantes y Quejantes) como en los colaboradores.</p> <p>Se tendrá un análisis exhaustivo y un balance de la cantidad de clientes que estén con posibilidad de ser perdidos.</p> |

| INDICADOR | ACCIONES | RESULTADOS |
|-----------|---|------------|
| | para los motivos más comunes y frecuentes de quejas y reclamos. | |

Tabla 8. Acciones correctivas para casa motivo de queja o reclamo reincidente.

| GRADO DE COMPLEJIDAD | MOTIVOS | SUB-MOTIVOS | ACCIONES CORRECTIVAS |
|----------------------|-------------------------------|---|--|
| GRAVE | Actitud de los empleados | Trato poco amable | *Realizar una selección exhaustiva de los nuevos colaboradores, que tenga actitud de servicio. *Entrenarlos y capacitarlos mejor en aspectos de servicio al cliente y manejo emocional. |
| | | Falta de iniciativa y compromiso | * Llamadas de Atención y/o Memorandum *De ser reiterativos: Cambiarlos a otras áreas que no se esté directamente en contacto con el público; y/o Separación de la empresa. |
| | Mala Información | Venta de tickets a películas | *Dar un mejor entrenamiento y capacitación a los colaboradores acerca de los productos y/o servicios que ofrecerán. |
| | | Publicidad engañosa de promociones Inf. Incorrecta de Bauchers | |
| | Productos de dulcería | Bebidas en mal estado/con mucho gas Pedidos incorrectos | * Cambio pertinente de proveedores |
| | Niños en películas de Adultos | --- | * Restringir y prohibir la venta para películas de adultos, sin previo haber presentado el DNI, en caso de niños y jóvenes . |
| MEDIO | Fallas en los films | Caida de películas | *Acción inmediata del arreglo de la película en caso estar recién empezando y existe demora en la caída de la película, reponerles los boletos. |
| | Salas Inadecuadas | Salas sucias | *Realizar Limpieza exhaustiva en aperturas y cierres |
| | | Asientos y pisos pegajosos | |
| LEVE | Demoras en la Atención | Aire acondicionado | * Colocar mas personal en horas punta para la atención en Delivery y Boletería. |
| | | Demora de Deliberys Demora de las colas | |
| | Otros | Entrega de tickets equivocados | * Implementar mas formas de pago con tarjetas: crédito y débito |
| | | Falta de formas de pago | * Repara lentes deteriorados y reponer de nuevos lentes a los complejos para las salas 3D. |
| | | Lentes deteriorados | |

Fuente: Encuesta y Entrevista

Elaboración: Propia

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Cineplanet es una empresa 100% peruana y líder en el sector cinematográfico y exhibición de películas a nivel nacional, cuenta con 12 complejos en Lima y 12 complejos en provincia. Cineplanet Chiclayo se convierte en una de las sedes más rentables del norte por ser la primera y única en el mercado Lambayecano. Cuenta con 128,803 clientes chiclayanos.

La poca situación competitiva empresarial, alerta a que Cineplanet-Chiclayo esté completamente preparada para la aparición de nuevas empresas de Cinematografía que se quieran apropiarse del mercado chiclayano, asegurando que conserve sus clientes mediante la satisfacción de sus necesidades y expectativas ya que son después de todo, quienes pagan por su actividad y constituyen el motivo por el cual funcionan.

Sin embargo, la empresa está descuidando su “Core Business” es decir su actividad y núcleo principal; que es el servicio, debido a que la inconformidad y el descontento de sus clientes se hacen cada vez más latente en la empresa, por el servicio o actuación que ésta les brinda, viéndose reflejado a través de las quejas y reclamos manifestados cada vez con más frecuencia. Esto debido a que éstas no están siendo tratadas con la importancia que se merecen, siendo gestionadas de manera muy centralizada, motivo por el cual es necesaria la aplicación e implementación de una buena Gestión de quejas y reclamos basados en directrices, indicadores y procesos estandarizados que permitan disminuir el riesgo de futuras pérdidas de sus clientes pero sobre todo mejorar sus actividades.

Mediante la utilización de encuestas y entrevistas aplicada a los partes involucradas entre ellos colaboradores y clientes, se pudo identificar que la empresa Cineplanet Chiclayo tiene un deficiente manejo de la Gestión de las quejas y los reclamos.

- Cineplanet Chiclayo no involucra ni establece los principios fundamentales de orientación dentro de su Gestión de Quejas y reclamos, lo cual sirve como elementos básicos y como los pilares para llevar a cabo un buen tratamiento de estas:
 - Esto debido a que un 58% manifestó no encontrar visible ni accesible la información necesaria de cómo realizar una queja o reclamo.
 - Un 60.27% manifestó no haber tenido respuesta inmediata ante su queja, dentro de las cuales el 33.77% de las quejas tuvo una complejidad media/normal. Por lo que se puede apreciar que la empresa Cineplanet Chiclayo no está enfocando sus esfuerzos por resolver con prontitud las quejas que tienen mayor prioridad.
 - No existe un grado de confidencialidad por parte de los colaboradores al tratar las quejas y reclamos de los clientes debido a que estos tienden a divulgar con mucha frecuencia lo suscitado con los clientes.
 - No existe un responsable definido dentro de la empresa que lleve a cabo la función de gestionar y monitorear las quejas y reclamos de los clientes.
 - Cineplanet no se preocupa por aplicar mejoras continuamente, con respecto a las quejas y reclamos, ya que éstas suelen darse de manera repetitiva y con mucha frecuencia y no se realiza acciones para corregirlas.
- La empresa Cineplanet Chiclayo no cuenta con un marco de referencia adecuado para el tratamiento eficaz de las quejas y de los reclamos, debido a que no tiene establecido sus políticas y objetivos específicamente para la gestión de quejas y reclamos (solamente cuenta con la filosofía del EDSA), que le permitan y sirvan como directrices para llevar a cabo la gestión de estas. Asimismo los niveles más altos de este complejo no cuentan con el compromiso que se requiere para llevar un buen desempeño de las quejas y los reclamos; pero, sobre todo, para lograr dar soluciones efectivas y satisfactorias para sus clientes.

- Esta empresa no tiene un marco de planificación y diseño exclusivo en la gestión de quejas y reclamos, es tratado como una insignificante parte de la atención al cliente, es por ello, que no establecen objetivos cuantificables ni tampoco actividades. En cuestión, esta empresa centra sus actividades y sus acciones en la búsqueda de recursos económicos, 12 de 15 colaboradores entrevistados indicaron que la empresa Cineplanet-Chiclayo dirige sus esfuerzos hacia el logro de indicadores mensuales, basados en conseguir rentabilidad y productividad para la empresa, restando valor a la Gestión de las quejas y los reclamos de sus clientes. Con lo que escasamente cumplen de acuerdo con la planificación establecida por el ISO 10002, es con la proporción de recursos, pues brinda “capacitaciones” esporádicas sobre temas de quejas y reclamo en las reuniones mensuales que tienen, y el único material de apoyo que utilizan y tienen a su alcance es el EDSA (1° Escuchar, 2° Disculparse, 3° Satisfacer y 4° Agradecer).
- La operatividad del proceso de atención de quejas y reclamos es empírico y espontáneo, no cuentan con un procedimiento establecido y estandarizado de cómo llevar a cabo dicho tratamiento, y por ello muestra las siguientes debilidades:
 - La empresa Cineplanet no comunica la información del proceso de tratamiento de quejas y reclamos de forma adecuada; 100% y 58% que han reclamado y quejado, respectivamente. No cuenta con folletos, fichas informativas y/o cualquier soporte y apoyo informativo acerca de cómo se debe llevar a cabo una queja o reclamo.
 - La recepción de los reclamos efectuados en la empresa Cineplanet se realizan a través de una ficha física que cuenta con los datos personales necesarios de la parte afectada. Los clientes no perciben que la empresa les haya hecho seguimiento, evaluación e investigación a sus quejas y reclamos por no sentir el 100% compromiso de colaboradores, a esto se suma que todo el proceso de recuperación de clientes no son realizados en la sede Chiclayo, lo cual hace que pierdan el interés e ignoren lo que sucedió con el cliente afectado.

- El 60.27% de las quejas realizadas en la empresa Cineplanet- Chiclayo no son respondidas de manera inmediata, a pesar de su grado de complejidad, los clientes sienten que no se les da la importancia necesaria a estas; de la misma manera los 14 de 14 clientes entrevistados manifiestan no haber recibido una pronta respuesta ante su reclamo realizado, habiendo considerado todos que el nivel de complejidad que tuvieron sus reclamos fueron realmente graves.
 - El 70% de los clientes encuestados y todos los clientes entrevistados (14 clientes) no se les comunicó acerca de la decisión que la empresa tomó respecto a sus quejas y reclamos manifestados, sin embargo, sólo 2 de los clientes entrevistados indicaron haber recibido un correo electrónico recibiendo las disculpas por lo sucedido un tiempo después de haber registrado su reclamo. Entonces, es deducible que la organización no toma medidas respecto a todas las quejas y reclamos manifestados, ya que realizan una comunicación poco sustentable o deficiente, respecto de las decisiones que la empresa toma frente a todos los reclamos presentados y registrados en el libro de reclamaciones; a ello también se le suma que no todos los colaboradores tienen en claro quiénes son los responsables de transmitir estas decisiones y las acciones a tomar para cada caso presentado.
 - Un 58.88% de los clientes que fueron encuestados manifestaron que no aceptaron la acción tomada por la empresa Cineplanet-Chiclayo respecto a su queja, y el 100% de entrevistados indicaron haber quedado descontentos y nada Satisfechos con la solución dada por la empresa.
- El mantenimiento y mejora de Cineplanet sede Chiclayo ha sido lenta. En los 5 años de operatividad en el mercado chiclayano. El proceso de mejora ha sido retrasado por la fuerte dependencia que tiene el complejo Cineplanet Chiclayo con la central de Cineplanet Lima (son los que toman las decisiones en el tratamiento general de

quejas y reclamos). A esto se suman, el poco interés que tienen los directivos por introducir mejoras en el servicio a los clientes y el mantenimiento de métodos poco sistematizados para la recolección de la información (base de datos en Excel), el análisis y evaluación de los reclamos (método del Check List), ausencia de auditorías. A consecuencia, 88.57% y 100% de personas que se quejaron y reclamaron, respectivamente, se quedaron insatisfechos por un proceso con deficiencias.

RECOMENDACIONES

- Si se quiere lograr mejoras sustanciales el proceso de gestión de quejas y reclamos de CINEPLANET tiene que ser descentralizado y promueva soluciones más creativas y personalizadas con el cliente, pero, sin dejar de enviar a la central de Lima un informe mensual sobre el tema. Lo que significa un buen inicio para que el cliente se sienta escuchado y valorado.
- Diseñar y establecer una planificación anual sobre la gestión de quejas y reclamos en Cineplanet, para grabar lineamientos generales del proceder una queja o reclamo mediante la aplicación de objetivos-actividades y la señalización de responsables. Esta herramienta debe ser entregada a cada uno de los trabajadores desde su entrada a Cineplanet, para que tengan noción de cómo proceder ante unas situaciones tensas que propician los clientes que no están conforme con el servicio brindado.
- Para que Cineplanet tenga una visión más amplia del manejo del tratamiento de quejas y reclamos a nivel general, se debe realizar el mismo estudio que se hizo en la sede Chiclayo, a los 23 complejos restantes. Con ello, tendrá el volumen total de quejas y reclamos, los puntos débiles y fuerte de la gestión actual, y sobretodo es el punto de partida a introducir nuevos cambios en todos sus complejos, y siga conservando su clientela satisfecha.
- Para tratar de reducir los motivos de quejas y reclamos se necesita que esté basada en un servicio de calidad total, para ello es necesario:
 - Colaboradores con orientación al cliente: mejorar sus procesos de reclutamiento del personal para que identifiquen a personas con orientación al servicio y tendencias de equilibrio emocional estable. También, se deben inyectar capacitaciones entretenidas a todos los trabajadores, para que se les prepare a solucionar quejas o reclamos.

- Realizar un control riguroso que asegure productos de calidad: en el área de dulcería, trabajar toda su cadena de valor, desde la negociación con sus proveedores como en la aplicación de prácticas de limpieza y aprendizaje de los colaboradores de Cineplanet en el momento de la elaboración de los productos, y en la eficiencia de entrega de los productos al cliente (sobre todo en el servicio de Delivery).
 - Realizar una inspección de las películas que van a ser operativas: para asegurar el buen funcionamiento de todas las películas. También se debe dar credibilidad a su publicidad mediante la acotación clara entre lo que se ofrece y lo que se paga para que el cliente este totalmente informado; y en la publicidad de sus películas vigentes o por estrenar debe tener especificaciones sobre su público objetivo haciendo diferencia entre películas para niños y adultos.
-
- Dentro de sus políticas debe fomentar en todos sus trabajadores la filosofía de recuperación de clientes, establecer técnicas eficaces para recuperar clientes perdidos. Es recomendable, lanzar una campaña de recuperación clientes en Chiclayo, mediante llamadas, visitas personales, promociones y marketing directo; y así intentar reactivar la relación.
 - Hacer estudios continuos a los clientes de Cineplanet, con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias, y son la principal fuente de recomendaciones. Mediante entrevistas, focus group, encuestas. Este es un aspecto que ayudaría a una mejor gestión de quejas y reclamos por estar ambos intrínsecamente relacionados con el cliente.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accenture Global Report, (2008). La cinco principal aplicación: Informe satisfacción del cliente. EE.UU.
- Bahaia, S. E. & Burgos, B. I. (2010). Sistema de manejo de reclamos de clientes conforme al ISO 10002 en la empresa Textufil. Monografía especializada para Licenciatura en Administración de Empresas, Uniersidad José Matías Delgado, Antiguo Cuscatlan: El Salvador.
- Bain & Company, (2008). Informe de calidad de servicio. EE.UU.
- Barlow, J. & Moller, C. (Bogotá, 2005). Una queja es un favor. Grupo Editorial Norma: Colombia.
- Bustamante, B. D. & Rodriguez, B. M. (2004). Evaluación del proceso, propuesta de mejoramiento de atención y disminución del número de las reclamaciones del Banco Davivienda. Tesis para Licenciado en Ingeniero de Sistemas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Chistopher, F. (1996). Comportamiento Organizacional y la Atención al Cliente. Alfaomega Grupo Editor. Bogotá.
- Climent, D. (2003). Los costes de la calidad como estrategia empresarial. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia. España.
- Day, R.L. (Chicago, 1980). "Research perspectives on consumer complaining behavior". Theoretical Developments in Marketing. Lamb, C. y Dunne, P. (eds.). American Marketing Association, pág. 211-215.
- Dee, B., Hughes, S., & Karapetrovic, S. (2006). ISO 10002 Sistema de gestión de reclamaciones: un estudio. La Revista Internacional de Gestión de la Calidad y Confiabilidad , 1158-1175.

- ESAMA, (2011). Cómo manejar las quejas y reclamos. Consultoría y Capacitación en Marketing: Argentina.
- Financial Training services, (2009). Informe de atención al cliente. EE.UU.
- Horovitz, J. (2000). siete secretos del servicio al cliente. Madrid: Pearson Educación.
- ISO 10002, (2004). Gestión de la Calidad, satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones.
- Juran J. M. (1993). Calidad e Ingresos. Manual de Control de Calidad. Sección 3, Cuarta Edición- La Habana: Editorial MES, 1993.
- Krapfe L, R.E (1985). “A consumer complaint strategy model: antecedents and outcomes”. *Advances in Consumer Research*, Vol. 12, pág. 346-350.
- Lee Resource International, (2009). Informe de quejas y reclamos de los clientes. EE.UU.
- Maraví, P. C., & Valle, V. E. (2011). Gestión de quejas y Reclamos. Tesis para Licenciado en Ingeniero de Sistemas, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Martinez Tur, V., & Peiró Silla, J. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. Madrid: Editorial Síntesis.
- Murphy, E. & Murphy, M. (2009). Liderazgo al borde del caos. Prentice Hall: EE.UU.
- Rodríguez, M. (2008). Eficiencia en la atención de reclamos como indicador de gestión de calidad en la prestación del servicio de la empresa Hidrolara. Tesis para especialista en Gerencia Empresarial, Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”, Venezuela.
- Singh, J. y HowelL, R.D. (1988). “Consumer complaining behavior: a review and prospectus”. *Consumer Satisfaction. Dissatisfaction and Complaining Behavior*.

Westbrook, R.A. (1987). Product consumption-based affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*. Vol. 24.pág. 258-270.

White House Office of Consumer Affairs, (2010). Informe de satisfacción al cliente. EE.UU.

- b. Por tiempo.....2
 - c. Quiso evitar problemas.....3
 - d. Es un proceso tedioso.....4
 - e. Otro.....5
- 15.¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su queja?
- a. Si.....1 b. No....2
- 16.¿Aceptó la decisión o la acción propuesta, que se le dio a su queja?
- a. Si.....1 b. No...2
- 17.¿Qué tan satisfecha(o) quedó con la solución que se le dio a su queja o reclamos?
- a. Muy satisfecho.....1
 - b. Satisfecho.....2
 - c. Indiferente.....3
 - d. Insatisfecho.....4
 - e. muy insatisfecho.....5

¡Gracias Totales!

ANEXO 2**ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO: RECLAMO EN EL LIBRO****CLIENTE:** _____**TIPO DE CLIENTE:** _____**TELEFONO:** _____**DIRECCIÓN:** _____**1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?**

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

6. **¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su reclamo que realizó? (leve, medio, grave)**

7. **¿Cuándo decepcionaron su reclamo considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?**

8. **¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?**

9. **Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?**

10. **¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?**

11. **¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?**

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

NIVEL DE COPERACIÓN:

- a) Malo.
- b) Modero.
- c) Excelente.

ANEXO 3

ENTREVISTA AL CLIENTE INTERNO: NIVEL ESTRATEGICO

NOMBRE: _____

DNI: _____

TIEMPO LABORANDO: _____

AREA: _____

1. Compromiso, Políticas, Responsables y autoridades

¿Cómo resuelve Cineplanet una queja o reclamos de un cliente?

¿Sus empleados tienen conocimiento de cómo proceder para solucionar una queja o reclamo de un cliente? ¿Cómo entrenan a su personal para dar soluciones antes las insatisfacciones de sus clientes?

¿Tiene un representante que se encargue el tratamiento y gestión de quejas y reclamos?

2. Planificación organizacional, Objetivos y Actividades, Asignación de Recursos

¿Cómo planifican su gestión de quejas y reclamos?, ¿Desarrollan objetivos y actividades puntuales en su gestión de quejas y reclamos?, ¿En cuánto contribuye a aumentar la fidelidad y satisfacción de sus clientes?

¿Qué recursos provee Cineplanet para optimizar la solución de quejas y reclamos de sus clientes?

¿Cuentan con la infraestructura adecuada para dar conformidad al tratamiento de las quejas?

3. Recopilación de la información, Análisis y evaluación de las quejas

¿Cuentan con un registro de quejas y reclamos? ¿Qué información contiene dicho registro?

4. Seguimiento del proceso, y Auditoría del proceso.

¿Realizan seguimiento a sus quejas y reclamos de sus clientes?, ¿Cómo?

¿Ejecutan auditorías para evaluar el desempeño del tratamiento de las quejas y reclamos?, ¿Cada cuánto tiempo?

5. Acciones correctivas al proceso

¿Están satisfechos de trabajar con el actual modelo de tratamiento de quejas y reclamos?, ¿En qué aspectos podría mejorar?

ANEXO 4

ENTREVISTA AL CLIENTE INTERNO: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: _____

DNI: _____

TIEMPO LABORANDO: _____

AREA: _____

1. Visibilidad Y Accesibilidad

¿Ustedes encuentran disponible toda la información para poder atender y resolver una queja o reclamo?

2. Efectividad de respuesta

¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?

¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?

3. Asignación de Recursos

¿Con qué recursos cuenta para la resolución de una queja o un reclamo la empresa Cineplanet?

¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras para resolver una queja o reclamo?

4. Objetividad

En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?

Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?

5. Enfoque al cliente

¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?

6. Responsabilidad

¿Existe un responsable en orientar sobre las acciones y decisiones de Cineplanet en el tratamiento de las quejas y reclamos?

7. Compromiso

¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?

8. Mejora continua

¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?

¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?

ANEXO 5: TABLAS

Tabla 9 Motivo de Queja-Cineplanet Chiclayo

| Motivos de Queja | n | % |
|-------------------------------|----------|----------|
| Productos de dulceria | 132 | 34.29 |
| Salas Inadecuadas | 70 | 18.18 |
| Films/Peliculas fallados | 40 | 10.39 |
| Actitud de empleados | 121 | 31.43 |
| Mala Información | 52 | 13.51 |
| Demora de Delibery | 32 | 8.31 |
| Demora en colas | 20 | 5.19 |
| Niños en películas de Adultos | 13 | 3.38 |
| Otros | 25 | 6 |

Tabla 10 Otros Motivos de Quejas - Cineplanet Chiclayo

| OTROS | N° | % |
|------------------------------|-----------|------------|
| Entrega de ticket equivocado | 8 | 32 |
| Lente deteriorados | 4 | 16 |
| Falta de formas de pago | 13 | 52 |
| Total | 25 | 100 |

Tabla 11 Motivo para no llevar a cabo su queja en el libro de reclamaciones.

| MOTIVO DE NO QUEJARSE EN EL LIBRO DE RECLAMACIONES | n | % |
|---|------------|------------|
| No se encuentra Disponible | 52 | 14 |
| Por tiempo | 188 | 49 |
| Quiso evitar Problemas | 84 | 22 |
| Es un proceso Tedioso | 41 | 11 |
| Otro | 20 | 5 |
| TOTAL | 385 | 100 |

Tabla 12 Visibilidad y disponibilidad de información

| DISPONIBILIDAD Y VISIBILIDAD DE INFORMACION | n | % |
|--|------------|------------|
| Si | 76 | 20 |
| No | 223 | 58 |
| Desconoce | 86 | 22 |
| TOTAL | 385 | 100 |

Tabla 13 Esfuerzos necesarios por parte de la empresa para solucionar una queja

| SE REALIZÓ LOS ESFUERZOS NECESARIOS | n | % |
|--|------------|------------|
| Si | 64 | 17 |
| No | 223 | 58 |
| No sabría precisar/No hice seguimiento | 98 | 25 |
| TOTAL | 385 | 100 |

Tabla 14 Atención del personal adecuado según percepción de su capacitación

| Personal adecuado | | Personal capacitado | | Total |
|-------------------|--------------------|---------------------|-------|--------|
| | | Si | No | |
| Si | Recuento | 85 | 33 | 118 |
| | % del total | 22,1 % | 8,6% | 30,6% |
| No | Recuento | 12 | 255 | 267 |
| | % del total | 3,1 % | 66,2% | 69,4% |
| Total | Recuento | 97 | 288 | 385 |
| | % del total | 25,2% | 74,8% | 100,0% |

Tabla 15 Seguimiento adecuado de la queja

| SEGUIMIENTO ADECUADO | n | % |
|----------------------|------------|------------|
| Si | 108 | 28 |
| No | 277 | 72 |
| TOTAL | 385 | 100 |

Tabla 16 Respuesta inmediata de la empresa según grado de complejidad de la queja

| Grado de Complejidad | | Respuesta Inmediata | | Total |
|----------------------|--------------------|---------------------|-------|--------|
| | | Si | No | |
| Leve | Recuento | 52 | 49 | 101 |
| | % del total | 13,5% | 12,7% | 26,2% |
| Medio/Normal | Recuento | 89 | 130 | 219 |
| | % del total | 23,1% | 33,8% | 56,9% |
| Grave | Recuento | 12 | 53 | 65 |
| | % del total | 3,1% | 13,8% | 16,9% |
| Total | Recuento | 153 | 232 | 385 |
| | % del total | 39,7% | 60,3% | 100,0% |

Tabla 17 Comunicación de la decisión tomada ante la queja

| COMUNICACIÓN DE LA DECISIÓN | n | % |
|-----------------------------|------------|------------|
| Si | 116 | 30 |
| No | 269 | 70 |
| TOTAL | 385 | 100 |

Tabla 18 Nivel de satisfacción según aceptación de la decisión de la queja

| | | | Nivel de satisfaccion | | | | | Total |
|---------------------------|-------------|-------------|-----------------------|------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | | | Muy Satisfecho | Satisfecho | Indiferente | Insatisfecho | Muy Insatisfecho | |
| Aceptación de la decisión | Si | Recuento | 8 | 36 | 69 | 49 | 4 | 166 |
| | | % del total | 2,1% | 9,4% | 17,9% | 12,7% | 1,0% | 43,1% |
| | No | Recuento | 4 | 4 | 62 | 112 | 37 | 219 |
| | | % del total | 1,0% | 1,0% | 16,1% | 29,1% | 9,6% | 56,9% |
| Total | Recuento | | 12 | 40 | 131 | 161 | 41 | 385 |
| | % del total | | 3,1% | 10,4% | 34,0% | 41,8% | 10,6% | 100,0% |

Tabla 19 Nivel de satisfacción según motivo de queja-productos de dulcería

| Motivo de Queja ^a | | Nivel de Satisfaccion | | | | Total |
|------------------------------|-------------|-----------------------|--------------|---------------|-------------------|--------|
| | | Satisfec ho | Indifere nte | Insatisf echo | Muy Insatisf echo | |
| Productos de Dulcería | Recuento | 20 | 24 | 68 | 12 | 124 |
| | % del total | 16,1% | 19,4% | 54,8% | 9,7% | 100,0% |
| Total | Recuento | 20 | 24 | 68 | 12 | 124 |
| | % del total | 16,1% | 19,4% | 54,8% | 9,7% | 100,0% |

Tabla 20 Nivel de satisfacción según motivo de queja-salas inadecuadas

| Motivo de Queja | Nivel de Satisfacción | | | | Total |
|--------------------------|-----------------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | Satisfecho | Indiferente | Insatisfecho | Muy Insatisfecho | |
| Salas Inadecuadas | 4 | 22 | 24 | 4 | 54 |
| % del total | 7,4% | 40,7% | 44,4% | 7,4% | 100,0% |
| Total | 4 | 22 | 24 | 4 | 54 |
| % del total | 7,4% | 40,7% | 44,4% | 7,4% | 100,0% |

Tabla 21 Nivel de satisfacción según motivo de queja-actitud de empleados

| | | Nivel de Satisfacción | | | | | Total |
|-----------------------------|--------------------|-----------------------|------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | | Muy satisfecho | Satisfecho | Indiferente | Insatisfecho | Muy Insatisfecho | |
| Actitud de Empleados | Recuento | 8 | 8 | 49 | 44 | 12 | 121 |
| | % del total | 6,6% | 6,6% | 40,5% | 36,4% | 9,9% | 100,0% |
| Total | Recuento | 8 | 8 | 49 | 44 | 12 | 121 |
| | % del total | 6,6% | 6,6% | 40,5% | 36,4% | 9,9% | 100,0% |

Tabla 22 Nivel de satisfacción según motivo de queja-films/películas falladas

| Motivo de la Queja | | Nivel de Satisfacción | | | | Total |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | | Satisfecho | Indiferente | Insatisfecho | Muy Insatisfecho | |
| Films/Películas Falladas | Recuento | 8 | 12 | 16 | 4 | 40 |
| | % del total | 20,0% | 30,0% | 40,0% | 10,0% | 100,0% |
| Total | Recuento | 8 | 12 | 16 | 4 | 40 |
| | % del total | 20,0% | 30,0% | 40,0% | 10,0% | 100,0% |

Tabla 23 Nivel de satisfacción según motivo de queja-mala información

| Motivo de Queja | | Nivel de Satisfacción | | | | Total |
|------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | | Muy Satisfecho | Indiferente | Insatisfecho | Muy Insatisfecho | |
| Mala Información | Recuento | 4 | 16 | 28 | 4 | 52 |
| | % del total | 7,7% | 30,8% | 53,8% | 7,7% | 100,0% |
| Total | Recuento | 4 | 16 | 28 | 4 | 52 |
| | % del total | 7,7% | 30,8% | 53,8% | 7,7% | 100,0% |

Tabla 24 Nivel de satisfacción según motivo de queja-otros

| Motivo de Queja | | Nivel de Satisfacción | | | | Total |
|-----------------|-------------|-----------------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | | Satisfecho | Indiferente | Insatisfecho | Muy Insatisfecho | |
| Otros | Recuento | 8 | 50 | 53 | 17 | 128 |
| | % del total | 6,2% | 39,1% | 41,4% | 13,3% | 100,0% |
| Total | Recuento | 8 | 50 | 53 | 17 | 128 |
| | % del total | 6,2% | 39,1% | 41,4% | 13,3% | 100,0% |

ANEXO N° 6:

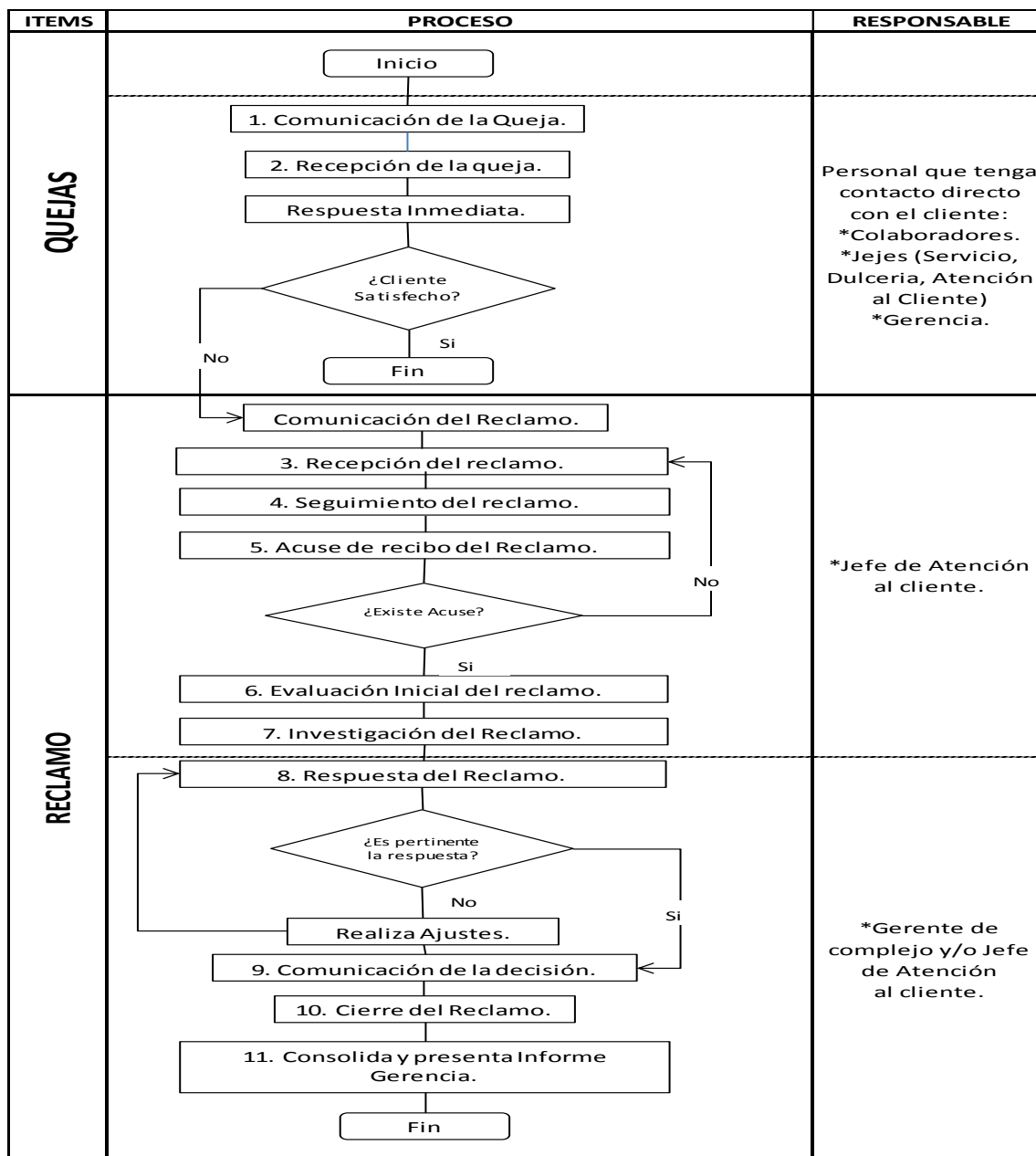


Figura 4 Diagrama de flujo del proceso de atender una queja y reclamo

Fuente: ISO-10002:2004

Elaboración propia.

ANEXO N° 7



¿Por qué una guía para la atención a Quejas y Reclamos?

En el marco de una gestión eficiente de procesos en la gestión de quejas y reclamos, mediante el otorgamiento de un protocolo que permita que todos los trabajadores de Cineplanet conozcan y apliquen al momento de tener un punto de contacto con un cliente insatisfecho. La meta principal de esta guía es brindar pautas útiles para la construcción de un canal adecuado de comunicación y el establecimiento de mecanismos de respuesta que contribuyan a promover la generación de confianza y empatía con nuestros clientes.

Objetivo:

Tener clientes satisfechos con el servicio que brinda nuestra empresa Cineplanet.

Filosofía de Cineplanet Filosofía

Para los Colaboradores Internos.

| E | D | S | A |
|---------------------|-------------|------------|-----------|
| Escuchar al cliente | Disculparse | Satisfacer | Agradecer |

¿Qué se entiende por quejas y Reclamos?

- **Definición de queja:** Tipo de comunicación crítica entre colaborador de Cineplanet y un cliente incitado por una insatisfacción experimentada. Esta comunicación suele hacerse de forma informal y es fuente importante de información gratuita para la empresa que nos permite seguir mejorando.
- **Definición de reclamo:** Es toda aquella insatisfacción del cliente puesta en conocimiento de Cineplanet de modo formal, mediante el libro de reclamaciones.



¿Qué beneficios trae para la empresa contar con un proceso de atención a quejas y reclamos?

MEJORA CONTINUA

Permite aprovechar la ventana de oportunidad que se genera al atender un reclamo para transformar los conflictos (potenciales o en curso) en oportunidades de mejora para la empresa Cineplanet y la reputación de la



empresa en Chiclayo. Contribuye a medir constantemente la percepción del impacto del nivel de satisfacción de las actividades de la empresa en la localidad tomando como insumo el análisis de los registros de reclamos y quejas.

¿Quiénes pueden presentar quejas o reclamos?

Todos los colaboradores externos de influencia directa e indirecta de la empresa.

¿Qué principios deben regir durante la gestión del proceso?

- **Buena Fe:** la gestión de quejas y reclamos es un proceso que busca la generación de un clima de confianza entre la empresa y sus clientes. La empresa considera que el reclamo o queja presentado por un cliente es legítimo en su intención.
- **Transparencia:** El proceso debe ser claro para todas las partes; en los casos que se requiera mantener la confidencialidad, se especificará lo necesario en el registro; y el reclamante y el relacionista comunitario que realice el registro pueden ponerse de acuerdo en las condiciones necesarias para mantener la confidencialidad.
- **Diálogo estratégico:** Como mecanismo para el intercambio de información entre la empresa y el reclamante a fin de construir juntos la solución necesaria.

- **Responsabilidad y cultura de registro:** Mantener un registro adecuado como mecanismo de control para garantizar la atención oportuna y el seguimiento a cada caso para la medición de indicadores de gestión, pues del análisis de cada situación presentada se puede derivar una mejora en la relación empresa-cliente.

Proceso de atención a quejas y reclamos: Fases e involucrados

¿Cómo complementa este proceso a un sistema de alerta temprana para la transformación de conflictos sociales?

Los reclamos constituyen las expresiones de disconformidad que manifiestan los colaboradores externos ante las actividades de la empresa.

Estas manifestaciones de disconformidad pueden constituir los primeros brotes de pérdidas de clientes, por eso es tan importante detectarlos y atenderlos a tiempo para evitar su escalada. Al recibirse un reclamo presentado por algún cliente se activa este proceso:

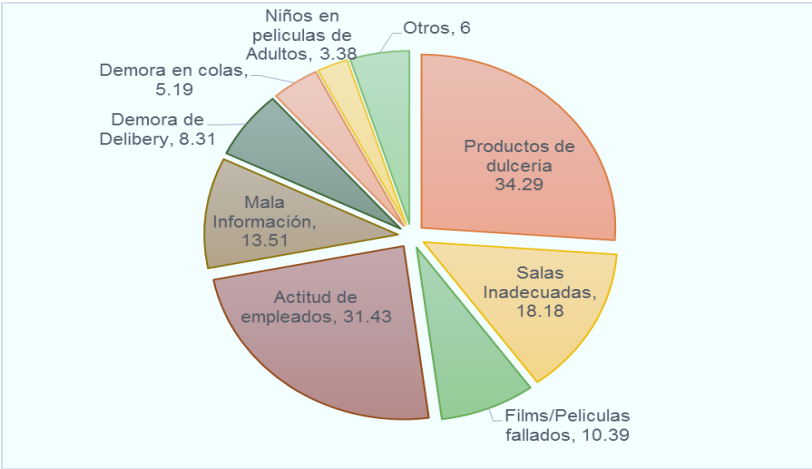
- Atender el reclamo
- Investigar la situación
- Construir opciones de solución con el reclamante
- Proponer medidas de mejora en la gestión interna
- Contener el escalamiento conflictivo

Los procesos de comunicación se basan en tres tipos de intervención a efectos de evitar el aumento de los conflictos:

- **Fase de prevención:** Donde se implementan los procesos de comunicación y consulta de intereses de los

- clientes partir de la descripción de las actividades que realizará la empresa en la localidad.
- **Fase de atención:** Cuando los conflictos por intereses han sido ya expresados y necesitan una atención temprana por parte de la empresa para prevenir su escalada y lograr transformar el conflicto, a partir de una comunicación efectiva, en una oportunidad para mejorar el relacionamiento.
 - **Fase de contención de crisis:** Cuando el conflicto ha escalado a una manifestación violenta con la interrupción de la comunicación y requiere ser contenido y reencauzado el diálogo y recompuestas las relaciones rotas.

Motivos más frecuentes de los clientes de Cineplanet para realizar una queja o un reclamo.



Fuente: Encuesta - Elaboración porpia

- **Productos de dulcería:** productos en mal estado, demoras en delivery, incorrecta toma de pedidos.
- **Salas inadecuadas:** salas sucias, desorden de salas, salas ruidosas, etc.
- **Filmes/Películas fallados:** películas en mal estado.
- **Mala información:** falta de información en la restricción de películas para menores de edad, información inadecuada en lo combos y promociones, información incorrecta en los Boucher.
- **Mala actitud y predisposición de los empleados.**
- **Otros:** falta de modalidad de pagos (falta de aceptación de tarjetas), precios elevados, largas colas en horas críticas, artículos deteriorados en el servicio (lentes, productos de higiene, etc.).

Soluciones/Recompensas según los Motivos

| GRADO DE COMPLEJIDAD | MOTIVOS | SUB-MOTIVOS | SOLUCIONES | RESPONSABLES |
|----------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|---|
| GRAVE | Actitud de los empleados | Trato poco amable | *Entrada/combo gratis | Gerente General/ Asistente de gerencia y Jefe de atención al cliente. |
| | | Falta de iniciativa y compromiso | *Dar las Disculpas del caso | |
| | Mala Información | Venta de tickets a películas <14 años | *Vale por combo personal y/o familiar | |
| | | Publicidad engañosa de promociones | | |
| MEDIO | Productos de dulcería | Inf. Incorrecta de Bauchers | | Colaboradores, entrenadores y jefaturas |
| | | Bebidas en mal estado/con mucho gas | * Reposición de la bebida | |
| | Niños en películas de Adultos | Pedidos incorrectos | *Cambio inmediato del pedido | |
| | | ---- | * Retirar a los niños de la sala y rehubicarlos | |
| LEVE | Fallas en los films | Caída de películas | *Acción inmediata del arreglo de la película en caso estar recién empezando | Colaboradores, entrenadores y jefaturas |
| | | | *Si existe demora en la caída de la película, reponerles los boletos | |
| | Salas Inadecuadas | Salas sucias | *Realizar Limpieza inmediata de lo que se encontró sucio | |
| | | Asientos y pisos pegajosos | * Regular los aires acondicionados en cada función | |
| | Demoras en la Atención | Demora de Deliberys | * Brindar disculpas del caso y acortar los tiempos de entrega (Delivery) y espera (Boletería) | |
| | | Demora de las colas | | |
| | Otros | Entrega de tickets equivocados | * Realizar Cambio de función. | |
| | | Falta de formas de pago | * Comunicar que por políticas de la empresa, solo se trabaja con efectivo | |
| | | Lentes deteriorados | *Reponer al cliente otros lentes | |
| | | | | |

Finalmente, ¿Qué no debe faltar en este sistema de atención de quejas y reclamos?

- **Coordinación efectiva, temprana y clara:** La alerta temprana de reclamos implica contar con una respuesta oportuna y coordinada con las áreas internas de la empresa o las contratistas involucradas.
- **Enfocarse en las causas que generan los reclamos no solo en las expresiones de disconformidad:** Es importante entender que detrás del reclamo existe una causa que lo genera, por ello el análisis e investigación de esta debe ser una prioridad. Muchas veces nos detenemos en las expresiones y no profundizamos en ver las causas que generan las insatisfacciones, dejando de lado los aspectos necesarios para definir por qué o para qué sucedió el inconveniente que generó el reclamo.
- **Diálogo como estrategia para generar opciones de solución:** A mayor información existente sobre una situación dada, se pueden plantear mejores opciones de solución. El diálogo es la mejor estrategia para obtener mayor información. Generar un espacio de diálogo con el/los reclamante(s) constituye una oportunidad para escuchar y entender, comunicarse, conocerse y generar confianza. Permite ejercitar la tolerancia y la apertura al entendimiento de ideas contrarias ya que la perspectiva de una parte no es la única que define el problema.
- **Registro y reporte como mecanismo de seguimiento y control:** Es imprescindible mantener un registro actualizado de la data recabada a fin de controlar casos recurrentes y poder crear medidas de mejora desde la gestión interna.
- **Ética en la gestión interna:** El proceso se basa mucho en los gestos y detalles de las personas que se involucran en su atención desde la empresa, se debe considerar un enfoque prioritariamente ético: “Tratar como quieres que te traten si estás en una situación similar”.

ANEXO 8: ENTREVISTAS DE CLIENTE EXTERNO

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°1: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Gabriela Vidarte Vázquez

TIPO DE CLIENTE: Cliente Oro.

TELEFONO: RPM (#0395837)

DIRECCIÓN: TACNA 1025 (2^{do} piso)

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

El motivo de reclamo fue porque en el Boucher tenía el número de sala incorrecto, después que me di cuenta que estaba en la sala equivocada, me queje con un colaborador para que me proporcione una solución. Pero la señorita que me atendió se impuso que me podría cambiar el Boucher pero que solo lo podría utilizar ese mismo día (es decir, en un horario de 11 de la noche), lo cual era totalmente imposible. La atención fue malísima, que incluso el feje no me brindaba una solución, y opte por pedir el libro de reclamos.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

Definitivamente, porque cuando pedí el libro de reclamaciones el personal se echaba la pelota para dar con la ubicación de este libro, e incluso yo no sabía cómo proceder por la falta de desinformación que había.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

Las personas que me atendieron eran totalmente incorrectas. La primera colaboradora que atendió se puso altanera cuando no acepte la solución de que ella me daba (de ver la

película el mismo día en un horario nocturno), y la segunda persona, fue el jefe de ella, apoyó la solución incorrecta de su colaboradora. En cuanto a las fechas no me brindaron ninguna.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No me han dado seguimiento adecuado, sino, no hubiera tenido que poner un reclamo para que den una solución, la cual es una solución simple ante el fastidio que tuve por un error suyo al colocar incorrecta el número de sala.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No, recibí ningún tipo de notificación ante el reclamo que hice, ni siquiera disculpas.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su reclamo que realizó? (leve, medio, grave)

Mi reclamo tuvo un grado de complejidad grave porque de algo pequeño hicieron algo tan grande, que tuve que poner un reclamo para que me extiendan el tiempo de boucher para ver esa película.

7. ¿Cuándo decepcionaron su reclamo considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No hicieron nada para averiguar, e incluso el feje que me atendido protegió a sus empleada que me atendió tan mal.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No recibí una respuesta inmediata, me demore 30 minutos para hacer efectivo mi reclamo.

9. Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, porque es muy fastidioso llevar una reclamo a Indecopi.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

Después que realice el reclamo en este libro, es en esos momentos, que me dieron un boucher para utilizarlo en una semana y poder ver la película que debería haberla visto, solución que tuvo que darse desde un principio.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Las dificultades, una empleada con una mala atención al servicio, no había un feje inmediato que ayude a la solución de quejas, no había el libro de reclamaciones, y en general, tiempos de demoras.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Totalmente insatisfecha porque no me dieron una respuesta instantánea y adecuada, o algo para subsanar el incidente.

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Entrenar 100% al personal, atender y dar facilidades al cliente (para no complicar el problema).

NIVEL DE COPERACIÓN:

d) Malo.

e) Modero.

f) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°2: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: María Jesús Sosa Sales.

TIPO DE CLIENTE: Cliente Oro.

TELEFONO: RPM (*0000503).

DIRECCIÓN: 7 Enero N°1432.

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

El motivo de mi reclamo fue por maltrato de la administración. Me fui para el estreno de la película “Asu mare” y las colas para comprar las entradas estaban muy largas, tenía una amiga adelante que me accedió su cola. En esos momentos, el administrador no me dejó ingresar al lugar de mi amiga en la cola, altercado que acepté y me coloqué al final de la cola. Sin embargo, observé que el mismo administrador colocaba a tres señoritas delante de la cola, situación que me incomodó muchísimo de la injusticia que se estaba cometiendo, y me quejé directamente con él, este me dio excusas vagas (“las señoritas se han olvidado el dinero, y han regresado a su mismo lugar”). Entonces, exigí inmediatamente un reclamo.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

Para nada la información está visible, cuando pedí el libro de reclamaciones se demoraron un montón para que este administrador me lo diera, creo que este libro lo tenían bajo siete llaves. Además, yo sabía cómo proceder porque sé cuáles son mis derechos como consumidor, con respecto a la empresa no me brindó ninguna orientación con respecto al tema.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

Las personas que me atendieron totalmente erróneas, e inclusive, me quedé totalmente sorprendida con la actitud del “Administrador”, si así es el administrador que se puede

esperar de los demás trabajadores, ni siquiera esta persona me pidió disculpas, y me tenía paseando con el libro de reclamaciones. Me sentí totalmente humillada. No me dieron ninguna fecha, ni información de apoyo.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No hubo ningún seguimiento, estaba tratando con el administrador, ni siquiera le importaba mi incomodidad.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No, recibí ningún tipo de notificación ante el reclamo que hice, no me dieron absolutamente nada.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Mi reclamo considero que tuvo un grado de complejidad medio porque este administrador me avergonzó y me ofendió, e incluso, sarcásticamente después que presente mi reclamo me dijo: “Ya está satisfecha”.

7. ¿Cuándo recepcionaron su reclamo considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No hubo ningún tipo de estudio del caso.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No recibí una respuesta inmediata, e incluso me paseo 30 minutos para me entregue el libro de reclamaciones. Bueno, yo ya no entre a ver la película, sólo fueron mis hijas.

9. Su queja se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, deje las cosas de ese tamaño.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No hubo ningún tipo de comunicación después del incidente con la empresa.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Dificultades, que había ninguna que me atendiera, me veían como “bicho raro”.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Insatisfecha, desde ese día de la atención no he vuelto a ir al cine, bueno mis hijas si han vuelto a ir.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Personal mucho más capacitado para entrenar al público, y más si es un administrador que gobierna toda la planta del Cineplanet.

NIVEL DE COPERACIÓN:

g) Malo.

h) Modero.

i) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°3: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Sandra Nely Idrogo Díaz.

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premium.

TELEFONO: #9682251952

DIRECCIÓN: Progreso #321 (Porvenir)

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Estaba en la sala viendo una película con mi hija, y nos dimos con la sorpresa que la gaseosa (“Sevenap”) tenía un pésimo sabor, en esos momentos llamé a una señorita para que nos cambie la gaseosa porque yo no podía ir directamente porque no tenía con quien dejar a mi niña, pero está se negó por considerar que sólo se encargaba de realizar los pedidos del delivery. Sin embargo, por casualidad se nos cae la gaseosa y se riega en mi pantalón, y es sólo a partir de esa situación que esta señorita accede a cambiarnos la gaseosa. Para colmo, se demoró muchísimo en traer la bebida y nos la trajo sin sorbetes, cuando le reitere que faltaban los sorbetes, otra vez se negó a traerlos. Es por ello, que después que termine de ver la película puse la reclamación.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No encontré toda la información disponible, pues cuando pedí el libro de reclamaciones se demoraron como 15 minutos en traerlo, nadie me brindó ninguna guía como proceder en mi reclamación, yo tenía alguna noción porque estudio administración, y trabajo en ello.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

Las personas que me atendió totalmente le faltaba inclinación por brindar un buen servicio, era algo fácil en que podía ayudar, solo se trataba de cambiarme la bebida, no tuvo que esperar que se me derramara, peor que no me trae el producto completo (faltaban los sorbetes). Desde mi punto de vista, era algo fácil de solucionar, pero, ella se cerró que yo tenía que ir a cambiar el producto dañado cuando mis circunstancias me lo impedían.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

Algo de seguimiento habrá habido de mi queja porque después me enviaron un correo con las disculpas del caso, y con un escaneo de mi reclamación.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

Inmediatamente no, después de una semana recibí un correo con lo descrito anteriormente.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su reclamo que realizó? (leve, medio, grave)

El grado de complejidad que considero es grave porque dicha me fastidio toda la película, con el pantalón mojado, esperando la llega de la bebida, y cuando me la traen sin sorbete, y tomando la gaseosa con mi hija de manera muy incómoda.

7. ¿Cuándo recepcionaron su reclamo considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

En esos momento, no hicieron nada por averiguar, pero después me imagino que si por él envió del correo.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No recibí una respuesta inmediata, porque ni siquiera me dieron algo que recomenzara el daño, me cambiaron la bebida pero no me trajeron los sorbetes.

9. Su queja se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, solo puse el reclamo en este libro.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No se comunicó la decisión que la empresa tomo con respecto a mi reclamo, solo me pidió disculpas.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Dificultades sobretodo que demoraron en traer el libro de reclamaciones, y que no había quien me atiende, y bueno la señorita con la que tuve los inconvenientes que estaba totalmente indispuesta en ayudarme.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Insatisfecha, que hasta ahora que voy al cine con mi niña muy temerosa de comprar los combos en dulcería, y bueno por ahora prefiero hacerlo por delivery pero es bien incómodo porque estas personas se demoran mucho en traer tu pedido.

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Las mejoras que la empresa incremente el número de personal, y que sea más atento y amable con el cliente, mejorar su calidad de servicio, tener productos de calidad, y deben brindar ante esta insatisfacción un tipo de vale que trate de remediar esta situación.

NIVEL DE COPERACIÓN:

- a) Malo.
- b) Moderado.
- c) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°4: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Janet Rodríguez Sánchez

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premium.

TELEFONO: 074-270280

DIRECCIÓN: 7 enero N°1604

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Estaba entrando a ver la película cuando estoy por pasar por taquilla y la señorita me pidió que le muestre el interior de mi bolso, yo accedí pero dentro del bolso llevaba dos aguas minerales, las cuales quedaron decomisadas. Sin embargo, consideré que era una falta de respeto por parte de la empresa y un abuso por parte de la señorita, porque yo no puedo consumir ninguna bebida con “dulce”, soy diabética. Le explique mi situación, pero a pesar de ello procedieron de esa forma. Entonces, hizo una reclamación por escrita para que la empresa analice sus políticas. Como consecuencia perdí la película.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

Cuando pedí el libro de reclamaciones, me demoraron un montón. Hasta con decirte que perdí la película, y nadie me brindaba información de cómo proceder.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

Las personas que me atendió totalmente incorrecta, porque, no me supo explicar porque no podía ingresar mis aguas minerales, y más no se puso en mi situación de ser una persona diabética, lo más fácil hubiera sido, que me deje ingresar las bebidas. Sobre todo, debió mantener la calma y explicarme con maneras. Después, por lo demás no me brindaron ninguna información de apoyo, para la resolución de esta.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No le brindaron ningún tipo de seguimiento al reclamo que realice.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No recibí ningún tipo de notificación después de lo ocurrido, ni las disculpas.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su reclamo que realizó? (leve, medio, grave)

El grado de complejidad que considero es grave porque no pude ver la película, y como cliente quiero pasar un momento agradable, pero, pase un momento totalmente desagradable.

7. ¿Cuándo recibieron su reclamo considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No, la empresa ni siquiera le importo mi incomodidad.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No recibí una respuesta inmediata, se demoró en traerme el libro de reclamaciones, y ni siquiera me brindaron una solución.

9. Su queja se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, solo puse el reclamo en este libro, pero si lo pensé.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo? No se comunicó la decisión que la empresa tomo con respecto a mi reclamo, ojala que la empresa haya tomado cartas en el asunto con respecto a este tema.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Dificultades en el tiempo en traer el libro de reclamaciones, y no tener el personal adecuado, y como empresa sus políticas que deben tener excepciones o ampliar su gama de productos.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Insatisfecha totalmente que ni ganas me dan de regresar al Cineplanet.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Mejorar sus políticas de servicio o brindar algunas salidas, incrementar su gama de productos y tener un personal capacitado.

NIVEL DE COPERACIÓN:

- d) Malo.
- e) Modero.
- f) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°5: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Nelsia Yaranga Rivas

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premium

TELEFONO: 074-232680

DIRECCIÓN: Las begonias #119 (Los parques).

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Motivo: Al momento que compre mis entradas, la película solía verse una película de contenido normal como si fuese una comedia, se advertía que era para mayores de 14 años, pero sin embargo en la sinopsis no describía ningún tipo de contenido DE escenas fuertes y subidas de tono por tanto entre a esa película con mi familia y con niños, al transcurso de la película me lleve con una desagradable sorpresa ya que tenía mucho contenido sexual y escenas altamente escandalosas sin embargo la proporcionaban como una película apta para chicos mayores a 14, creo que ni siquiera debería estar disponible para esas edades, encima estaba disponible en horarios tempranos, donde concurren mucho chicos jóvenes, por último si desean pasar esas películas que lo hagan en horarios más adecuados y que sus restricciones sean las adecuadas, especificando que son aptas para mayores de edad. Encima los chicos de boletería no explicaron que contenido llevaba esa película, pasando así un momento totalmente desagradable con mi familia.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

Si supe cómo pero por parte de mi hijo, pero por parte de la empresa no ningún tipo de conocimiento.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, ya que yo pedí hablar con el administrador deferente, pero sin embargo no me dieron ni fechas específicas, ni la explicación que merecía.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

La verdad que no, me escucharon sí pero no han realizado el seguimiento necesario, ya que hasta ahorita no he recibido ninguna respuesta.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No, hasta el día de hoy yo y mi hijo seguimos esperando por lo menos la rectificación y disculpas del caso de esta empresa.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su reclamo que realizó? (leve, medio, grave)

Muy grave.

7. ¿Cuándo recepcionaron su reclamo considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No creo, porque no se han comunicado conmigo (desconozco).

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No, no recibí ninguna solución ni ningún tipo de respuesta.

9. Su queja se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No la consideré realizarla, por el hecho que creo que también quedaría en papel, y por el tiempo que incurre llevarla a cabo.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

Si me escucharon, luego procedí a llenar el formato del libro, pero no me dieron solución a mi reclamo.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

La espera, espere mucho hasta que el administrador bajara y me trajeran el libro de reclamaciones.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Me quede muy mortificada por la incomodidad que pase con mi familia, incomodidad total.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Que realice bien sus filtros desde arriba a las películas que lanzaran, en que horarios y con las restricciones necesarias.

NIVEL DE COPERACIÓN:

- a) Malo.
- b) Modero.
- c) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°6: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Cinthia Vanesa Moreno Clavo.

TIPO DE CLIENTE: Cliente Oro

TELEFONO: 074-232680

DIRECCIÓN: Las begonias #119 (Los parques).

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Mala actitud del empleado, y poca actitud servicial, fui al módulo CAC, realice mi cola para comprar mis entradas, ya que anteriormente era cliente oro, me encontraba con niños y al llegar me dijeron que no podían atenderme ahí porque ya era cliente Premium, le pedí de favor que me atendieran por el hecho de que ya estaba ahí y me encontraba con niños sin embargo la señorita no me quiso atender, se cerró diciéndome que no y no, sin siquiera atenderme y por lo menos decir que sería la única vez que lo hiciera, y con

su total indiferencia no accedió a atenderme. Creo hubiera habido miles de formas de darme una solución ya que no le costaba nada hacerlo, pero no se tomó la molestia de hacerlo siendo totalmente indiferente.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, y es más nunca me dijeron cómo realizarla, se demoraron en bajarme el libro de reclamaciones lo cual debería estar disponible de inmediato.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No ninguna información recibí de nada, no me preguntaron nada, no llené como creí conveniente el que me atendió totalmente desinteresado e indiferente.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta).

Sí, creo porque me dieron respuesta y por lo menos se tomaron la molestia de responder y leer mi queja

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

Sí, me mandaron un correo electrónico un mensaje diciéndome que lamentaban el incidente y que tratarían de mejorar, fue después de una semana.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su reclamo que realizó? (leve, medio, grave)

Leve

7. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No, nada me bajaron el libro y lo único que me pidieron es donde firmar el libro, mas pudo su autoridad y prepotencia.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No, nada lo me bajaron el libro, me dieron a que lo llene pero sin proporcionarme información, ni respuesta alguna por quien me atendió.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

Por falta de tiempo y pues al igual de repente sólo quede ahí.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No, en este caso ni siquiera me dieron solución, ni respuesta alguna en ese momento, una total indiferencia.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

La demora, ya que demoraron en traerme el libro, encima que estaba con niños y la incomodidad de perder el turno de la película.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Me quede como al principio indiferente, molesta e incomoda

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Que capaciten a sus empleados con respecto al trato y servicio al cliente.

NIVEL DE COPERACIÓN:

- a) Malo.
- b) Modero.
- c) **Excelente.**

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°7: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Fernando Palacios.

TIPO DE CLIENTE: Cliente Oro

TELEFONO: RPC 978365060.

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Niños estaban dentro de una sala con una película para mayores de edad, una incomodidad total ya que no me dejaron disfrutar de la película y además por ser una película prohibida para niños, un ambiente nada acogedor.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, no lo encuentro disponible, ni siquiera encontré a la persona adecuada, me pelotearon de un lado a otro.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, ya que no se encontraba disponible el personal que debería haberme atendido, ni ningún tipo de recursos nada.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No, ni siquiera se tomaron la molestia de hacerlo, además es un problema ya muy recurrente, es como si nada ningún interés.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No de ningún tipo.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, ya que no puede haber niños en ese tipo de salas, causando la comodidad de los clientes.

7. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

Lo dudo, ya que no han tomado en cuenta las veces repetitivas que me eh quejado de manera verbal, es por eso que tuve que plasmar mi queja en el libro, no toman ningún interés ni cartas en el asunto porque no vuelva a suceder, ya que aún sigo yendo y sigue pasando lo mismo, pues aprovechan porque como es la única empresa que brinda ese servicio hacen lo que quieren

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

Recibí una respuesta más no solución, pero no fue inmediata.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No la lleve a ese nivel por el hecho que no tengo tiempo.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

Si, en ese caso me prometieron que no volvería a repetirse, peor lo mismo que nada sigue pasando.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

De no encontrar al encargado, y tuvo que asumir su rol y responsabilidad otra persona que había quedado de turno.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Insatisfacción total, por el hecho de que o tienen ningún compromiso por querer resolverse problema y la falta de respeto hacia los cliente y para con los niños.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Creo que deberían especializarse más en dar el servicio que venden, ya que son los únicos en la ciudad, desde boletería las colas enormes que existe. La atención al cliente debería ser más cálida y no ser monótona, que justifiquen sus precios ya que es carísimo y el servicio malísimo, de principio a fin un servicio personalizado.

NIVEL DE COPERACIÓN:

- a) Malo.
- b) Moderado.
- c) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°8: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: José Castro Vásquez

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premiun

TELEFONO: 074-602422

14. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Mientras estaba disfrutando de mi película con mi familia, de un momento a otro hubo fallas técnicas (película borrosas), ósea, estoy pagando muy bien por un mal servicio en el producto; eso hizo que hiciera mi reclamo.

15. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, no lo encuentro disponible, yo sabía cómo hacer un reclamo por conocimiento propio.

16. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, la persona a quien pedí el libro de reclamaciones me lo negó (dijo: “que no está disponible”), ante mi insistencia vino una persona más capacitada que me concedió el libro de reclamaciones. En cuanto, fechas de información en ningún momento me lo dieron.

17. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No, porque demoraron un montón para poder acceder a mi reclamo, lo cual me incomodo más.

18. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No. Para nada.

19. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, porque se trata de fallas de las películas que cada cliente paga precio considerable para su entrada.

20. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

En realidad lo pongo en tela de juicio, porque, si estando presente no tuvieron ningún interés en recepcionar una queja, eso me hace pensar que la empresa no toma ningún esfuerzo por investigar y tomar medidas correctivas.

21. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No recibí respuesta inmediata, después de alrededor de dos meses me enviaron un correíto de disculpas por lo sucedido.

22. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, por tiempo.

23. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

Si, en el correo mencionaron que no volverá a suceder, pero lo dudo.

24. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Las personas que se trababan y no dejaban que yo pusiera mi queja.

25. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Nada de satisfacción, por una simple respuesta y después de dos meses, realmente esperaba más después de pasar una tarde desastrosa.

26. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Realmente que revisen el material sea de calidad, y tener personas idóneas.

NIVEL DE COOPERACIÓN:

d) Malo.

e) **Modero.**

f) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°9: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Aldo Gutierrez Otero

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premiun

TELEFONO: 074-248940

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

No me aceptaron tarjeta de crédito en caja, iba a comprar 5 boletos para el cine y no tenía en efectivo, entonces me decidí pagar con tarjeta, y la cajera me dijo que no tenían esa opción, ósea, iban a dejar 5 boletos sólo porque no “tenían opción”. Fue una situación muy incómoda, había hecho semejante cola y las finales no me atendieron,

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, nunca encontré algo sobre este tema en Cineplanet.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, porque las personas no saben cómo reaccionar con un cliente incómodo y no saben decir las cosas, lo demás sabe menos.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No, porque no me dieron solución y quede muy descontenta por no tener este servicio Cineplanet y por no contar con personas con tacto para decir las cosas.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No de ningún tipo.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, porque no contar con este servicio, siendo una gran empresa es el colmo.

7. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

Creo que no, porque hasta el momento sigue sin contar con este servicio, y además ni solución dieron a mi problema

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

Solo una respuesta de disculpas por lo ocurrido, más no dé me dieron una solución a mi reclamo.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, porque llevar un proceso a INDECOPI requiere mucho tiempo.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No, reitero solo me pidieron disculpas.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Las dificultades de las colas para comprar un boleto, un proceso ineficiente que no acepta tarjetas de crédito, y las personas inadecuadas,

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Quede totalmente insatisfecho, me hicieron pasar una tarde desafortunada, no me dieron solución ni mucho menos compensación, y lo que es peor siguen con el mismo problema.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Bueno, que aprendan e incorporen este servicio tan necesario, que tengan personal más calificado y den un servicio de calidad.

NIVEL DE COPERACIÓN:

g) Malo.

h) Moderado.

i) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°10: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: José Ibáñez Guevara.

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premium

TELEFONO: #978855589

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Fui con mi esposa al cine, cuando estaba en la función, pedimos delivery y se demoraron como en una hora en traernos los productos (creo que la persona que nos atendió se

había olvidado de nuestro pedido). Cuando nos traen nuestros productos, la chicha estaba fermentada y el pan con hot dog estaba en mal estado, nos quejamos para hacer el cambio de productos, a los cuales accedieron pero se demoraron una hora y media, cuando termino la función. Entonces, pedí la devolución de mi dinero, y se negaron, inmediatamente pedí el libro de reclamaciones.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, yo sé por experiencias pasadas y porque conozco mis derechos como consumidor.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, la persona que atendió mi reclamo era incapacitada que no sabía qué hacer y se demoró una media hora más en traerme el libro, lo demás tampoco me lo proporcionaron.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No, porque me cobraron algo tenía que consumir mientras estaba en la película, yo no tengo la culpa que se demoren tanto y sean ineficientes.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No, para nada.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, porque el servicio de Delivery es malazo y las personas les falta el mejorar el aspecto de servicio al cliente.

7. ¿Cuándo receptionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No lo creo, la empresa solo le importa facturar y vender sus productos carísimos, y no se preocupan por su cliente.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No, he recibido una respuesta, ni siquiera las disculpas del caso.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, por tiempo.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No, como le mencione ni siquiera nos dieron las disculpas del caso.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

De no encontrar al encargado, y tuvo que asumir su rol y responsabilidad otra persona que había quedado de turno.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Insatisfacción total, imagínate ni siquiera unas disculpas.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Creo que la empresa tiene muchas cosas por mejorar, desde tiempos en sus procesos, personal capacitado y bien entrenado, los servicios que brinda, y tener presente el compromiso que tiene con el cliente.

NIVEL DE COPERACIÓN:

- j) Malo.
- k) Moderado.
- l) Excelente.**

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°11: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Socorro Guzmán Tello

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premium

TELEFONO: #952842393

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Reclame debido a que se cometió un atropello esta empresa sobre mi persona, revisaron mi bolso y detuvieron mi agua mineral, encima, cuando pido delivery me traen la gaseosa en mal estado, y la señorita riega la gaseosa en mis pantalones y ni siquiera me pidió disculpas. Pido que cambie la gaseosa y se demora muchísimo tiempo.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, la empresa no tiene disponible ni siquiera el libro de reclamaciones, menos otros aspectos.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, la persona que me rego la gaseosa era déspota, y los que recepcionaron mi reclamo tiene poca identificación por el cliente porque ni le importo mi situación, una indiferencia total.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No, porque a los empleados ni les interesaba mi situación.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No, ni disculpas me dieron.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, porque se hacen problemas por todo.

7. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No está difícil con el tipo de trabajadores con las que cuenta Cineplanet y un reglamento absurdo de revisar tus cosas privadas.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

Después de dos semanas me enviaron un correo con las disculpas.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, sólo puse el reclamo.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No, solo me pidió disculpas y que le esa situación le servirá para mejorar,

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Bueno, tener políticas absurdas, personal déspota e inherente ante un problema de una cliente, demoras (tiempos).

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

No quede para nada satisfecha, a veces una simple disculpas después de dos semanas no es suficiente para pasar el mal rato en un centro de entretenimiento.

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Mejorar sus políticas, contar con personal calificado, mejorar sus tiempos, tener inspección de los productos que venden, tener en cuenta la relación precio/calidad de productos y servicios.

NIVEL DE COPERACIÓN:

m) Malo.

n) Modero.

o) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°12: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: María Vázquez Rojas

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premiun

TELEFONO: #971759

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Publicidad engañosa sobre una promoción de un combo de Cineplanet, pues se cobraron de más y no me dieron todo lo que contenía el combo. Por lo que, solicite que me dieran lo prometido en la publicidad, pero, me dijeron que era una publicidad vencida, y que no me podían devolver mi dinero porque ya estaba facturado. Inmediatamente, pedí el libro de reclamos.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

La información no la encontré ni disponible ni visible, yo sé de mis derechos como consumidor es por ello que solicite el libro de reclamaciones, pero la empresa no me indico como proceder ante esta situación.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

El personal estaba más preocupado en sus otras labores que en atenderme correctamente.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

Ninguna persona hizo seguimiento a mi caso.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No hubo ninguna notificación de por medio.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, porque juegan con las expectativas del consumidor al ofrecer una promoción que no existe.

7. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No lo creo, desde mi punto de vista la empresa dejó mi reclamo solo en papel, no trascendió.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

Hubo demoras en la respuesta, pero al menos se disculparon.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

Solo quedo como reclamo en la empresa.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

Lo vuelvo a recalcar solo se disculparon.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

El personal muy cerrado a dar soluciones a los clientes.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Nada satisfecha.

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Transparencia en sus promociones y publicidad, entrenar más a su personal.

NIVEL DE COPERACIÓN:

p) Malo.

q) Modero.

r) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°13: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Fernando Flavio Flores

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premiun

TELEFONO: #396609

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Un domingo me disponía a ver una película con mi enamorada en Cineplanet, cuando antes de entrar a la sala fue que se me ocurrió comprar un combo dúo oro, el combo consiste en dos cajas de pop corn recargables, dos bebidas medianas y un mini alfajor, para lo cual pagué S/. 16.00, y pedí una bebida Inca Kola y otra Coca-Cola bueno hasta ahí no tuve ningún inconveniente, sin embargo cuando fui a ver la película y al probar mi bebida me di cuenta que no tenía el sabor con el que Coca-Cola se caracteriza y al hacerle esta apreciación a mi enamorada que probó de inmediato su bebida también se dio con la sorpresa de que no tenía el mismo sabor ¡Eran otra marca de bebidas! Terminando la película puse mi reclamo ya que a mi parecer las mayores ganancias que tiene Cineplanet son en este tipo de ventas, y no deberían vendernos gato por liebre.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No encontré ninguna información disponible que me oriente hacer mi reclamo

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

Los trabajadores no me prestaron atención al 100%, no hubo información de apoyo, ni teléfonos de apoyo.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No le dieron ningún tipo de seguimiento.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No me dieron ninguna notificación.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Es grave, porque pagamos un precio alto por productos de calidad para que nos den un producto que no supera ni el estándar.

7. ¿Cuándo recibieron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

Creo que la empresa no realizó ningún tipo de investigación.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

Recibí un correo con las disculpas correspondientes.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No porque considero que es una cuestión que la empresa debe solucionar internamente.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

Si, dijeron que mi reclamo lo van a tener en cuenta, y se disculparon.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Varias demoras en recepcionar mi reclamo, el personal totalmente desinteresado y no dar soluciones concretar.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

Insatisfecho, esperaba más de la empresa en cuanto a la recompensa.

13. ¿Qué mejoras esperaba de la empresa?

Deben categorizar mejor a sus proveedores y mejorar sus procesos de dulcería para que obtengan productos de calidad. Tener un personal más capacitado.

NIVEL DE COPERACIÓN:

s) Malo.

t) Modero.

u) Excelente.

ENTREVISTA CLIENTE EXTERNO N°14: RECLAMO EN EL LIBRO

CLIENTE: Carla Izabella Izquierdo.

TIPO DE CLIENTE: Cliente Premiun

TELEFONO: 074-229364

1. ¿Cuál fue el motivo de su reclamo?

Había comprado con un boleto para el estreno de una película, pero, cuando entro a la sala me doy con la sorpresa de que todos los asientos estaban ocupados, e incluso, habían personas que estaban sentadas en las escaleras. Mencioné esta incomodidad con un empleado y exigí que se me devuelva mi dinero por mi entrada, pero, los empleados ni caso me hicieron.

2. ¿Encontró disponible y visible toda la información necesaria para llevar a cabo su reclamo?

No, ni el libro de reclamos estaba disponible, porque se demoraron mucho en traerlo.

3. Cuando atendieron su reclamo, considera le asignaron las personas adecuadas, dieron fechas e información de apoyo (teléfonos y medios comunicarse con la empresa), para la resolución de esta.

No, el personal mostro desinterés total por el asunto.

4. Cuando ha realizado su reclamo le han dado el seguimiento adecuado (desde la recepción hasta la solución de esta)

No, realmente no hubo ningún seguimiento, sino, me hubieran brindado soluciones.

5. ¿Recibió una notificación inmediatamente después de que su reclamo (por escrito) haya sido hecho?

No, ni las gracias.

6. ¿Qué grado de complejidad considera que tuvo su queja que realizó? (leve, medio, grave)

Grave, porque lo único que le interesa a la empresa son las ventas, y deja de lado la planificación de la capacidad de una sala de cine, por ende, no brinda satisfacción a sus clientes.

7. ¿Cuándo recepcionaron su queja considera que la empresa realizó todos los esfuerzos para investigar las circunstancias de la misma?

No, porque la evidencia era clara de sobrecapacidad.

8. ¿Recibió una respuesta inmediata cuando realizó su reclamo?

No recibí ninguna respuesta.

9. ¿Su reclamo se extendió a otras instituciones como INDECOPI?

No, pero ganas no faltaban.

10. ¿Se le comunicó la decisión o cualquier acción que tomo la empresa acerca de su reclamo?

No, no hubo ningún tipo de comunicación.

11. ¿Cuándo realizó su reclamo cuales fueron las dificultades que encontró al llevarla a cabo?

Personal desinteresado, falta de planificación, demoras excesivas, no te brindan soluciones.

12. ¿Qué tan satisfecho quedó con la respuesta o solución que recibió de la empresa?

No para nada, e incluso, siento una frustración total de que ni siquiera la empresa me haya pedido disculpas.

13. ¿Qué mejoras esperaría de la empresa?

Personal más capacitado, planificación, flexibilidad, y orientación al cliente.

NIVEL DE COPERACIÓN:

v) Malo.

w) Moderado.

x) Excelente.

ANEXO 9: ENTREVISTAS DE CLIENTE INTERNO-NIVEL ESTRATEGICO

ENTREVISTA AL CLIENTE INTERNO N° 01: NIVEL ESTRATEGICO

NOMBRE: José Luis Bustamante

TIEMPO LABORANDO: 2 años 1mes

ÁREA: Dulcería (1año) y actualmente servicio (1año)

COMPROMISO, POLÍTICAS, RESPONSABLES Y AUTORIDADES

- **¿Cómo resuelve Cineplanet una queja o reclamos de un cliente?**

Depende si las quejas se pueden realizar ahí mismas, o si el cliente desea el libro de reclamaciones. Primero se resuelve por el colaborador, si este no puede pasar a jefatura, si no esto es derivado a gerencia.

Y una de las maneras de realizar o llevar a cabo una queja o reclamo es a través del EDSA, es decir primero Escuchar al cliente, luego Disculparse, posteriormente Satisfacerlo y Agradecerle.

- **¿Sus empleados tiene conocimiento de cómo proceder para solucionar una queja o reclamo de un cliente? ¿Cómo entrenan a su personal para dar soluciones antes las insatisfacciones de sus clientes?**

Sí, aplicando los pasos del EDSA. Más que todo no entrenar sino prever, tratamos de darles a conocer que cosas deben hacer en ciertas situaciones, para evitarlas o bueno preverlas en este caso sería y ayudarlos a mejorar en las equivocaciones que puedan tener.

Se les hace casi siempre, pero más se da prioridad a los chicos nuevos, los recién ingresantes.

- **¿Tiene un representante que se encargue del tratamiento de gestión de quejas y reclamos?**

Empieza desde el colaborador, luego si ellos no pueden resolverlo pasa a jefatura, y si es mucho más grave a gerencia (asistente o gerente), si en caso no se encuentre uno de estos dos pues se pasa a manos de algún encargado que este en ese momento que puede ser muchas veces un entrenador.

PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL, OBJETIVOS Y ACTIVIDADES, ASIGNACIÓN DE RECURSOS.

- **¿Cómo planifican su gestión de quejas y reclamos?, ¿Desarrollan objetivos y actividades puntuales en su gestión de quejas y reclamos?, ¿En cuánto contribuye a aumentar la fidelidad y satisfacción de sus clientes?**

Según las observaciones que nos van haciendo nosotros planeamos mejorarlos periódicamente, pero 2 reuniones al año. Vienen desde lima hacen un sorteo y ya vienen con una lista de los puntos a tratar, viene el GRH, él es el encargado de hacer la reunión y aparte de él vienen los demás Gerentes.

Bastante, no te puedo especificar exactamente en porcentaje, sin embargo si aporta ya que las quejas más frecuentes y comunes en los clientes se resuelve.

- **¿Qué recursos provee Cineplanet para optimizar la solución de quejas y reclamos de sus clientes?**

Más que todo son Humanas, las capacitaciones que se les provee a los colaboradores y a nosotros como jefatura que nos llevan a lima, en este caso son 1 al año que tenemos pero se trata de todo servicio al cliente en general, abarcando una parte sobre quejas y reclamos.

A los colaboradores es esporádicamente, lima manda temas para desarrollar hacer de servicio al cliente y según eso se les realizar la charla y o capacitación.

- **¿Cuentan con la infraestructura adecuada para dar conformidad al tratamiento de las quejas?**

Bueno se cuenta con el libro de reclamaciones, y el centro de atención del cliente (CAC) donde se atiende todas las consultas y/o quejas que el cliente desee realizar, claro ahí no son resueltas específicamente, pero los colaboradores de ahí proceden a escuchar al cliente y llamar al encargado para ello.

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS QUEJAS

- **¿Cuentan con un registro de quejas y reclamos? ¿Qué información contiene dicho registro?**

Sí se cuenta con una Base de datos, donde se registra cada queja que es recibida en el mismo día, y se tiene toda la información de las quejas frecuentes que existen.

La información es exactamente de la queja que tuvo el cliente, sus datos personales de éste mismo.

SEGUIMIENTO DEL PROCESO, Y AUDITORIA DEL PROCESO.

- **¿Realizan seguimiento a sus quejas y reclamos de sus clientes?, ¿Cómo?**

Bueno aquí en Chiclayo se realiza a través de un check list que realiza la gerente de zona cada cierto tiempo, pero también por parte de la sede de lima ellos realizan el seguimiento de cada queja, ya que esta es mandada inmediatamente a lima y ellos verifican estas y lo que se procedió a realizar para cada caso por parte de cada sede.

- **¿Ejecutan auditorías para evaluar el desempeño del tratamiento de las quejas y reclamos?, ¿Cada cuánto tiempo?**

Auditorias específicamente no, solo se hacen alguna revisión del libro nada más.

ACCIONES CORRECTIVAS AL PROCESO

- **¿Están satisfechos de trabajar con el actual modelo de tratamiento de quejas y reclamos?, ¿En qué aspectos podría mejorar?**

Por ahora sí, debido a que se está proponiendo ciertas mejoras a alcanzar en ese aspecto, aún que considero aún le falta mucho por realizar a Cineplanet Chiclayo.

ENTREVISTA AL CLIENTE INTERNO N° 2: NIVEL ESTRATEGICO

NOMBRE: Rafael Ramos.

ÁREA: Entrenador de dulcería.

TIEMPO LABORANDO: 3 años 3 meses.

COMPROMISO, POLÍTICAS, RESPONSABLES Y AUTORIDADES

- **¿Cómo resuelve Cineplanet una queja o reclamos de un cliente?**

Muchas veces no lo resuelve, por ejemplo en pérdida de entradas, o mal vuelto, en ese caso no se resuelven por más que reclame, (no se le da solución).

Se le escucha, luego se habla con el jefe directo, y pide libro de reclamaciones, se le busca solución y luego esto se deriva a lima - atención del cliente (los llama) dándoles una respuesta y dándoles las disculpas o compensando con pases dependiendo de la queja.

- **¿Sus empleados tiene conocimiento de cómo proceder para solucionar una queja o reclamo de un cliente? ¿Cómo entrenan a su personal para dar soluciones antes las insatisfacciones de sus clientes?**

No, porque muchas veces cuando llegan los clientes algunos son bruscos entonces los chicos se asustan y ataranta, casi ellos no resuelven los problemas ellos derivan a jefaturas, son pocos.

Sí, atreves del EDSA que se les indica a los clientes. (En las reuniones se capacita para la atención en general, si toman quejas lo toman como subtemas nada mas)

- **¿Tiene un representante qué se encargue el tratamiento y gestión de quejas y reclamos?**

Atención al cliente en lima: Katerina rojas a nivel cadenas, también dirigidas a Ítalo dueñas DTH.

El gerente de complejo, si no está va el asistente.

PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL, OBJETIVOS Y ACTIVIDADES, ASIGNACIÓN DE RECURSOS.

- **¿Cómo planifican su gestión de quejas y reclamos?, ¿Desarrollan objetivos y actividades puntuales en su gestión de quejas y reclamos?, ¿En cuánto contribuye a aumentar la fidelidad y satisfacción de sus clientes?**

No, porque el complejo más se basa en indicadores, clima laboral.

Que tomen algo puntual para contrarrestar quejas o reclamos no se hace, en reuniones mensuales de área no toman mucho en cuenta esos puntos. Si se realizara esta planificación, creo que si contribuiría mucho a la satisfacción de ellos clientes, ya que el cliente sentiría que de una u otra forma se les está atendiendo de forma inmediata y sintiera comodidad y satisfacción por ese lado.

- **¿Qué recursos provee Cineplanet para optimizar la solución de quejas y reclamos de sus clientes?**

En este caso la información del EDSA, que está en el mural de dulcería, especificando sus significados y el motivo y objetivo para qué.

- **¿Cuentan con la infraestructura adecuada para dar conformidad al tratamiento de las quejas?**

En este caso es el módulo de atención al cliente (CAC)- aparte que hoy se cuenta con el libro virtual (un mes aproximadamente de instalado)

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS QUEJAS.

- **¿Cuentan con un registro de quejas y reclamos? ¿Qué información contiene dicho registro?**

Es el libro de reclamaciones, datos informativos de la persona, nombre, dirección, correo electrónico, tiene unos Ítems para poner sobre que es tu queja, respuesta del proveedor (respuesta de Cineplanet), inscripción de la solución que se le dio al cliente, firmas del proveedor.

SEGUIMIENTO DEL PROCESO, Y AUDITORIA DEL PROCESO.

- **¿Realizan seguimiento a sus quejas y reclamos de sus clientes?, ¿Cómo?**

Sí, pero el seguimiento lo realiza lima (carolina), ya que se comunica con el complejo ya que consideran que muchas veces se va contra la comodidad y/o políticas de la empresa,

- **¿Ejecutan auditorías para evaluar el desempeño del tratamiento de las quejas y reclamos?, ¿Cada cuánto tiempo?**

Hacemos reuniones y nos comunican hasta nos dan ultimátum pero no sabría decirte si hacen auditorias.

ACCIONES CORRECTIVAS AL PROCESO

- **¿Están satisfechos de trabajar con el actual modelo de tratamiento de quejas y reclamos?, ¿En qué aspectos podría mejorar?**

Yo creo que el tratamiento y el seguimiento debería ser por parte del complejo, que este archive las quejas y sea el gerente que le haga seguimiento, para poder ver qué puntos fallamos, para luego informar y capacitar a los chicos.

ENTREVISTA AL CLIENTE INTERNO N° 3: NIVEL ESTRATEGICO

NOMBRE: Erickson Arteaga Bernal.

DNI: 72928343

TIEMPO LABORANDO: 1, 3 meses

CARGO: Entrenador-Full Time.

COMPROMISO, POLÍTICAS, RESPONSABLES Y AUTORIDADES.

- **¿Cómo resuelve Cineplanet una queja o reclamos de un cliente?**

Trata de escuchar, al cliente su problema: Aplicando el EDSA (escuchar, disculparse, satisfacer y agradecer), guían a través de este.

- **¿Sus empleados tiene conocimiento de cómo proceder para solucionar una queja o reclamo de un cliente? ¿Cómo entrenan a su personal para dar soluciones antes las insatisfacciones de sus clientes?**

La mayoría está preparado para solucionar los problemas, sin embargo los que llevan poco tiempo no están muy preparados para solucionar problemas, los que están ya más tiempo por la misma experiencia si tienen esa capacidad para hacerlo.

En reuniones mensuales siempre se toca un punto sobre los reclamos que hay y eso se refuerza para que el colaborador sepa cómo reaccionar ante esas problemáticas.

- **¿Tiene un representante qué se encargue el tratamiento y gestión de quejas y reclamos?**

No exclusivamente pero si se tienen a los entrenadores, y a las jefaturas inmediatas que en caso no se puedan solucionar estas quejas un colaborador, lo realiza el entrenador y en ese caso se pasa a los jefes para que den mejor solución.

PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL, OBJETIVOS Y ACTIVIDADES, ASIGNACIÓN DE RECURSOS.

- **¿Cómo planifican su gestión de quejas y reclamos?, ¿Desarrollan objetivos y actividades puntuales en su gestión de quejas y reclamos?, ¿En cuánto contribuye a aumentar la fidelidad y satisfacción de sus clientes?**

Solamente reciben la capacitación de reuniones, o en caso de cada área se encarga de ejemplificar ciertos problemas que puedan suceder. (Tanto en reuniones mensuales como por área).

Cuando al cliente se le satisface se queda contento, si porque en ese caso el colaborador ya se involucra en los problemas y se siente capacitado para solucionar las quejas y reclamos y no hay necesidad de estar los entrenadores o los jefes directamente resolviendo los problemas de cada cliente.

- **¿Qué recursos provee Cineplanet para optimizar la solución de quejas y reclamos de sus clientes?**

Las capacitaciones que les dan, a sus colaboradores en las reuniones mensuales.

- **¿Cuentan con la infraestructura adecuada para dar conformidad al tratamiento de las quejas?**

En el CAC (módulo de atención al cliente), y el libro de reclamaciones (libro físico-no se tiene un lugar específico para el libro), ya que lo tienen en administración (motivo: se puede perder, manchar o porque los colaboradores revisen el libro de manera poco moderada).

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS QUEJAS

- **¿Cuentan con un registro de quejas y reclamos? ¿Qué información contiene dicho registro?**

Sí, es el libro de reclamaciones, también se tiene una base de datos donde se registra las quejas y reclamos que ha habido. Motivo de la Queja, información del cliente. Etc.

SEGUIMIENTO DEL PROCESO, Y AUDITORIA DEL PROCESO.

- **¿Realizan seguimiento a sus quejas y reclamos de sus clientes?, ¿Cómo?**

Sí, una vez que se realiza un queja o reclamo en el libro de reclamaciones, se escanea la hoja y desde lima envían la posible solución que se le puede indicar al cliente.

- **¿Ejecutan auditorías para evaluar el desempeño del tratamiento de las quejas y reclamos?, ¿Cada cuánto tiempo?**

En este caso, la gerente de zona revisa el libro de reclamaciones cada 15 días a través de un check-list.

ACCIONES CORRECTIVAS AL PROCESO

- **¿Están satisfechos de trabajar con el actual modelo de tratamiento de quejas y reclamos?, ¿En qué aspectos podría mejorar?**

Sí, porque se ha logrado ahora realizar una mejora en cuanto a este aspecto ya que se realizará de manera virtual las quejas y reclamos.

ANEXO 10: ENTREVISTAS DE CLIENTE INTERNO-NIVEL OPERATIVO

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 1: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Kelly Gómez Pilco.

DNI:

TIEMPO LABORANDO: 1 año y un mes.

AREA: Dulcería.

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

No, te proporciona la información adecuada acerca de los reclamos y quejas. Solo te mencionan que ante una queja se tiene que hablar con un jefe directo.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Más o menos, si tengo un conocimiento de cómo, pero trato de resolverlo de manera directa con mi jefe.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Bueno, me demoro alrededor de cinco minutos, se trató de resolver por importancia.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver una queja? ¿Qué recursos te proporciona?**

Recursos específicos para resolver una queja la empresa no te brinda. Pero, esporádicamente nos capacitan.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver una queja o reclamo?**

Cuando un cliente se pone alterado, lo que hago es derivarlo a jefatura.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Sí, porque el cliente siempre tiene la razón.

- **Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

No, por confidencialidad.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Si, trato de solucionarlo de inmediato, tratando de solucionarle el problema o buscar los medios para contestarlo.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de las quejas y reclamos?**

No, pero puede ser jefatura.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

Según su conveniencia, pero totalmente no. Porque en el momento que envían el correo al cliente que ha reclamado tratan de hacer ver que su queja o reclamo no tiene sentido, jugando a su favor.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

Creo que sigue en lo mismo, siempre con el libro de reclamaciones que ni siquiera se encuentra visible.

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?** Si me ayudarían a agilizar y saber cómo resolver una incomodidad.

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

Sí, porque apoyan en caso yo no pueda resolver una queja.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 2: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Diego Alcalde

DNI:

TIEMPO LABORANDO: 1 año y 6 meses.

AREA: Servicio-CAC.

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

A través del EDSA (escucharse, disculparse, satisfacer y agradecer), pero en el transcurso del tiempo que estas en cine lo vas aprendiendo. Además, la información de cómo proceder ante una queja o reclamo si lo encontramos sólo en mural del área del mural de dulcería, más no en el de servicio. Pero por lo general, los chicos nuevos no saben, hasta que tienen algún tiempo de cómo resolver.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Sí, pero no necesariamente aplicando el EASA. Personalmente, lo desarrollo de la siguiente manera: primero escucho con atención la queja del cliente, pero sino puedo resolver la queja llamo al encargado.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Dependiendo del problema, existen algunas que pueden ser inmediatas (entre cinco y diez minutos). En cuanto, al segundo aspecto prefiero resolver una queja urgente a una importante.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver una queja? ¿Qué recursos te proporciona?**

La empresa cada cierto tiempo nos capacita, específicamente cada tres meses, pero no exclusivamente en la gestión de quejas y reclamos, sino de forma general y con temas afines a diversos temas de servicio al cliente. Nos proporcionan también manuales y otros tipos de informes.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver una queja o reclamo?**

Que en muchos casos tenemos que depender del encargado o jefe para poder darle solución a la queja o reclamo de un cliente.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

No necesariamente, ya que el cliente tiene su razón, pero si darle solución a su problema.

- **Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

No, solo lo comento en las reuniones para ver qué podemos hacer (lo manejo internamente).

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Si siempre trato de solucionarle su queja en este caso proporcionándole de darle 10 soluciones más, por así denominarlo. Buscando por todos los medios y alternativas posibles, pero esas soluciones no tienen por qué perjudicar a la empresa.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de las quejas y reclamos?**

El jefe de área, los encargados de área o asistente del gerente.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

Sí, atendiendo sus quejas y reclamos de los clientes, tratándole de responder por medio de correos a los clientes que ha realizado un reclamo más formal.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

Sí, porque a través de las reuniones mensuales los colaboradores opinamos de cómo estamos o cómo podemos mejorar para resolver una queja o reclamo.

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?**

Claro, facilitaría tiempo para poder resolver sus quejas y reclamos, que le facilitaría subsanar de manera óptima el malestar del cliente.

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

Sí, tratan de apoyar en la medida que pueden, pero a veces se hacen de la vista gorda, y pasan por alto varios malestares de los clientes

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 3: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Adrián Manayay Reyes.

DNI: 43000065

TIEMPO LABORANDO: 3 años y 6 meses.

AREA: Servicio.

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

Para el área de servicio no encuentro toda la información disponible para atender una queja o reclamo. Todo lo que aprendido, en cuanto la atención de los clientes es de forma empírica.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Sí, como lo mencione anteriormente lo aprendí de forma empírica, pero en las reuniones mensuales también ayudaron a aclarar cómo atender una queja o reclamo.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Si el problema es fuerte entre 20 a 30 minutos, si el problema es leve se trata de resolver en un promedio de 5 minutos. En cuanto la resolución inmediata lo realizo de acuerdo a su importancia porque se está jugando directamente con la imagen de Cineplanet.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver una queja? ¿Qué recursos te proporciona?**

La empresa cada cierto tiempo nos capacita, específicamente cada tres meses, pero no exclusivamente en la gestión de quejas y reclamos, sino de forma general y con temas afines a diversos temas de servicio al cliente. Nos proporcionan también manuales y otros tipos de informes.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver una queja o reclamo?**

La mayor dificultad que encuentro es atender varias personas por una sola queja, por ejemplo: las caídas de películas.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Primero se le escucha activamente al cliente, luego se piensa antes de dar una solución, y en dicha solución se trata de darle la razón al cliente.

- **Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

No, hay que comentarlo porque se puede malinterpretar dentro de los mismos compañeros.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Si me gusta resolver personalmente los quejas y los reclamos de los clientes, ya sea por el tiempo que voy en el cine o por la experiencia que adquirido en este tiempo.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de las quejas y reclamos?**

Si, existen entrenadores pero no todos están capacitados que tengas que llamar a jefaturas para darle una solución al cliente, cabe resaltar que los jefes son inestables (por temporadas).

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

No porque no le toman la importancia que se deben dar a la gestión de quejas y reclamos de este cine. Considero que debería existir una persona exclusiva de los recursos humanos que pueda tratar directamente estos temas o afines.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

No siguen en lo mismo, los clientes muchas veces manifiestan que no sabemos solucionar las quejas o reclamos. A veces las quejas son repetitivas, pero, a veces se brindan diferentes soluciones.

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?**

Si debería existir este tipo de ayuda, sería un apoyo la tecnología junto con la capacitación.

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

No existe mucho apoyo por parte de las jefaturas, a veces no le toman importancia debida a las quejas de los clientes.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 4: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Roberto Posada Ramírez

DNI: 72496257

TIEMPO LABORANDO: 1 año y 2 meses.

AREA: Dulcería.

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

Si en dulcería si existe el EDSA en el mural, los cuales son los pasos para atenderle a un cliente ante una queja o un reclamo.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Sí, aprendí de manera empírica y mediante esas herramientas que brinda la empresa como EASA.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Tiene que ser rápido para que el cliente quede satisfecho, pero existe ningún tiempo en específico. Asimismo, todas las quejas son importantes, pero ante una urgencia o algo importante, prefiero optar por lo más importante.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver una queja? ¿Qué recursos te proporciona?**

El único recurso que nos proporciona Cineplanet son las charlas informativas en las reuniones.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver una queja o reclamo?**

Que el cliente sea difícil y que no sea accesible.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Si le doy la razón, porque el cliente siempre tiene la razón.

- **Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

No es bueno comentar los problemas que sucede en una empresa con personas fuera de ésta.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente?
¿Cómo lo hace?**

Sí, mediante la comunicación y trato de dar todas las posibles soluciones.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de las quejas y reclamos?**

Sí, son sobre todo los entrenadores y la jefatura.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

No porque muchas de las veces son los mismos jefes que se muestran indiferentes ante los problemas de los clientes.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

En tiempo que estado trabajando en esta empresa, no ha existido ningún tipo de mejora con respecto al tratamiento de quejas y reclamos.

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?**

Sí, nos facilitaría que las quejas se resolvieran más rápido, y seamos más eficientes y saber cómo actuar.

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

Sí, tengo el apoyo de mis jefes para solucionar todas las quejas y reclamos que se me han presentado.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 5: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Arturo Bardales Siesquen.

DNI: 46293428

TIEMPO LABORANDO: 2 años

AREA: Dulcería.

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

No, no lo tenemos, además no estamos capacitados para dar soluciones al cliente con respecto a otras áreas, existe una ausencia de capacitaciones.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Sí, lo he aprendido por la experiencia que tenido trabajando en estos dos años. Pero, la empresa ha puesto su granito de arena mediante la enseñanza del EASA.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Dependiendo del caso, entre 5 a 15 minutos, cabe resaltar que la empresa no nos establece un tiempo determinado, pero se trata de hacerlo lo más rápido posible. Bueno, ante lo urgente o importante en la resolución de una queja prefiero lo importante, aunque todas las quejas tienen las mismas escalas de gravedad.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver una queja? ¿Qué recursos te proporciona?**

El único apoyo que nos proporciona la empresa son los jefes, después, no existen recurso de primera mano que brinde esta empresa a su personal.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver una queja o reclamo?**

Que el cliente se encuentre demasiado alterado. En este caso, proceso escucharlo y explicarle el porqué de su malestar.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Siempre hay que darle la razón al cliente, porque la empresa así lo exige.

- **Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

Si con familiares cercanos y con algunos clientes para poder explicarles que han sucedido casos muy similares a los de su posición actual de queja.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Sí, mediante la comunicación y trato de dar todas las posibles soluciones.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de las quejas y reclamos?**

Sí, en todo caso la jefatura, y en primera instancia mi persona, que habitualmente dejo de hacer mis otras actividades, para poder darle preferencia al cliente que se ha quejado o ha reclamado.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

Personalmente no, porque si Cineplanet estuviera comprometido al 100% le interesaría dar solución a todos los inconvenientes de sus clientes. En todo caso, si es que realizan un análisis de evolución de las quejas y reclamos lo hacen esporádicamente.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

El porcentaje es mínimo de mejora. Se puede innovar por ejemplo: las herramientas de las tablets a las personas que realizan delivery para evitar demoras.

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?**

Sí, me gustaría de esa misma forma evitaríamos ahorro de tiempo, y sería más dinámico.

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

No, porque no hay ayuda con el personal y los jefes.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 6: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Jean Carlo Alvarado Gómez.

DNI: 47346884

TIEMPO LABORANDO: 1 año y 7 meses.

AREA: Entrenador Part Time (Servicio)

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

No siempre, ya que no es permanente. Pero en el departamento de dulcería cuenta con la GUÍA EDSA, pero en las demás áreas depende de la gestión de jefaturas.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Si mediante el EDSA, sin embargo, lo aprendí de forma empírica.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Dependiendo de la situación, si es grave se debe tomar su tiempo, pero si son cuestiones pequeñas entre 3 a 5 minutos se debe solucionar. Por otro lado, para una resolución inmediata ambas son importantes porque toda queja debe ser resuelta, pero en casos extremos, voto por lo más importante.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver una queja? ¿Qué recursos te proporciona?**

La empresa brinda recursos mínimos como: cambios de horario de las películas para los clientes insatisfechos, etc. Pero no cuenta con otros recursos informativos para el cliente.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver una queja o reclamo?**

La alteración de un cliente, en casos extremos llamo a jefatura.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender la queja o reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Siempre, por más que no tenga la razón por exigencia de la empresa.

- **Después de haber resuelto una queja o reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

Lo comento siempre con mis compañeros de trabajo.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Sí, viendo cada posible solución, por todos los medios para tratar de solucionarlos.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de las quejas y reclamos?**

No siempre, porque a veces se tiene el apoyo suficiente por falta de tiempo o no hay una persona bien capacitada en el tema.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

Muestra un compromiso regular, ya que buscan darle la mejor solución al cliente, pero a veces se comportan totalmente indiferentes con los fastidios que presentan sus jefes.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

No, porque no le toman importancia a lo que el cliente dice, puesto que, buscan soluciones de momento más no duraderas.

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?**

Sí, para que esa queja se trate de solucionarse más rápido posible, y permita un ahorro de tiempo para la empresa.

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

De algunas jefaturas, ya que no todas te ayudan o te dan respaldo.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 7: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Fiorella Timaná Maco

DNI: 47170911

TIEMPO LABORANDO: 3 años.

ÁREA: Centro de Atención Al Cliente (CAC).

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

No necesariamente, a veces tenemos que solucionar nosotros mismo el problema.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Jamás no han capacitado para resolver quejas o reclamos de clientes.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Depende hay momentos que si las resuelves automáticamente, y a veces si se demoran en bajar (porque el libro de reclamaciones no se encuentra abajo a la mano del cliente, sino se encuentra en el área administrativa, entonces es allí la demora, el cliente se impacienta se enoja más, hasta que lleguen a resolver el problema) , si lo escuchan al cliente pero hay cosas que no pueden cambiar por políticas de la empresa un ejemplo casual es la película es mayores de 18 años, pero sí el cliente es menor de edad y va acompañado de un adulto se le puede dejar pasar pero la incomodidad es grande porque los pequeños a veces suelen hacer ruido, y genera incomodidad a otro cliente.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver un reclamo? ¿Qué recursos te proporciona?**

No, nos proporcionan ningún recurso absolutamente nada. (Solo nos comunican que cualquier cosa llamemos a ellos).

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver un reclamo?**

En lo que es productos de afuera, porque algunos clientes compran cosas que no venden en el cine y desean entrar con ello.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender un reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Depende cual sea la queja, En la mayoría de casos tratan de darle y los jefes tratan de compensarlos con pases corporativos (para que entren a ver otra película gratis), con la finalidad de darle la razón.

- **Después de haber resuelto un reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

No, no ha pasado eso.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Sí está al alcance de sus manos si tratar de solución en productos, o si compro entradas y no encontró asientos también tratan de cambiarlo de función y que ingrese.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de los reclamos?**

Sí pero el responsable se encuentra en lima. Aquí en Chiclayo solo el responsable de la quejas son jefaturas y gerentes, el cual envían las quejas para que lima de solución.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

No están comprometidos porque las soluciones a las quejas y los problemas de los clientes no son resueltas de inmediatos ya que ellos cualquier mejora de la empresa siempre tienen que comunicar a lima.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

No, porque la solución de quejas es enviado a lima, las soluciones tardan en darlas, son pocas las ocasiones que dan solución a las quejas, (pero tomando en cuenta que si se trata de más ingresos si dan solución a todo, como ahora que trabajan con la Tablet para un manejo más rápido de los delivery's)

- **¿Cómo colaborador de Cineplanet le gustaría que existan sistemas sofisticados que le ayudaran a resolver una queja o reclamo?**

Sí una persona que este permanente en el área administrativa que controle y genere de inmediatos las quejas de los clientes

- **¿Consideras que recibes y has recibido todo el apoyo de tus jefes para resolver una queja o reclamo?**

Pocas veces, en realidad rara vez, son pocas veces que ellos tratan que nosotros mismo solucionemos quejas.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 8: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Sandra Noelhy Aragón Cruz

TIEMPO LABORANDO: 2 años 1mes

ÁREA: Dulcería (1año) y actualmente servicio (1año)

VISIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

- **¿Encuentras disponible toda la información acerca de cómo atender y resolver una queja o reclamo?**

No, existe falta de comunicación, a veces realizamos las quejas de otra forma.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Sí, aplico mi criterio y con ayuda del EDSA y pues darle de alguna forma la razón.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

No hay tiempo determinado, dependiendo de la magnitud del problema, ya que si es algo difícil lidiar con el cliente pues se toma algo de tiempo, pero si éste es accesible, la atención es de inmediata.

Según urgencia, ya que ambos están relacionados, y es mejor realizar el que es urgente ya que al resolver este que es de inmediato, tendría tiempo para resolver el otro que necesita mucho más tiempo en resolver.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver un reclamo? ¿Qué recursos te proporciona?**

Recursos Humanos, es decir las capacitaciones que nos brindan, y herramientas como por ejemplo, el sello de 15 días.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver un reclamo?**

La contradicción de tus jefes o encargados, que no te den el apoyo que necesitas y te hagan quedar mal frente a los clientes.

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender un reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Se usa esa frase seguida, seguida de un pero para darle a conocer cómo es el procedimiento y lo que realmente es, en esa situación y acontecido.

- **Después de haber resuelto un reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

Sí lo comento con mis familiares.

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Sí, dependiendo si está en mis manos y a mi alcance realizo todo lo posible, tratando desde buscar las formas para ayudar al cliente con su queja o inconveniente.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de los reclamos?**

No, no está bien definido (si no está el gerente, el asistente, sino el encargado, el entrenador o quien se encuentre en ese momento).

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

No, porque no se esmeran por darle la importancia debida al cliente, no es inmediata su reacción.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

No, porque siempre es lo mismo, ya que las jefaturas o gerentes tratan con desanimo la queja y reclamo de un cliente no existe ni esmero por mejorar.

ENTREVISTA A CLIENTE INTERNO N° 9: NIVEL OPERATIVO

NOMBRE: Kevin Díaz Sosa

TIEMPO LABORANDO: 2 años

AREA: Dulcería y actualmente en Servicio.

EFFECTIVIDAD DE RESPUESTA

- **¿Tienes conocimiento de cómo resolver una queja o un reclamo?**

Sí a través del EDSA, que nos proporciona la empresa.

- **¿Cuánto tiempo se demoran en resolver una queja o reclamo? ¿La resolución inmediata de las quejas o reclamos se realizan de acuerdo a su importancia o por urgencia?**

Se demora de 10 a 15 minutos.

Depende de que cliente, pero yo particularmente por importancia.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **¿La empresa te proporciona los recursos necesarios para poder resolver un reclamo? ¿Qué recursos te proporciona?**

Las capacitaciones, nos brindan charlas de atención al cliente en general, pero específicamente sobre quejas y reclamos no, sin embargo sí de cierta manera nos tocan ciertos temas referentes a eso. Además del EDSA que nos proporciona la empresa.

- **¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras o has encontrado para resolver un reclamo?**

Tratar de apaciguar y calmar al clientes (la conducta del cliente).

OBJETIVIDAD

- **En el proceso de atender un reclamo, ¿Trata de darle la Razón al cliente?**

Claro, ya que el cliente es el que siempre va a venir por lo tanto hay que darle la razón.

- **Después de haber resuelto un reclamo, ¿Comenta de la misma con personas extrañas?**

Si, a veces

ENFOQUE AL CLIENTE

- **¿Hace todo lo posible para solucionar la queja o reclamo del cliente? ¿Cómo lo hace?**

Sí, realizando todos los métodos, y medios posibles, es decir trato de darle solución siempre.

RESPONSABILIDAD

- **¿Existe un responsable encargado de transmitir las acciones y decisiones de la empresa en tratamiento de los reclamos?**

Sí, creo que el asistente administrativo para eso está.

COMPROMISO

- **¿Crees que la alta dirección de Cineplanet está 100% comprometida en el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes? ¿Cómo lo demuestran?**

100% comprometida creo que no, porque creo que hay otras cosas, como por ejemplo las metas, ya que creo por la presión de arriba hacia los gerentes de cumplir más metas que otra cosa, le dan más importancia a ellos.

MEJORA CONTINUA

- **¿Usted como empleado de Cineplanet cree que existe una mejora continua en el tratamiento de quejas o reclamos?**

Si, en cuanto a todo, en atención al cliente, cómo saludarlo, despedirlo, ya que si se atiende bien al cliente, que queja se va a tener.